

**ESTUDIO DE PERTINENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA “ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA” DE LA U.P.T.C. SECCIONAL DUITAMA.**

UNA MIRADA DESDE LOS GRADUADOS (2008 – 2016), EMPLEADORES Y EXPERTOS.

CAROL MILENA CÁRDENAS HORMIGA

EDITH RUBIELA SÁNCHEZ GARCÍA

RAMÓN HERNANDO GRANADOS

Director

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA

SECCIONAL DUITAMA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

DUITAMA

2017

**Memoria selectiva para recordar lo bueno,
prudencia lógica para no arruinar el presente,
y optimismo desafiante para encarar el futuro”**

-Isabel Allende-

INTRODUCCION

El futuro de una país depende de la formación que se le brinda a los jóvenes en instituciones educativas, resaltándose las de educación superior, ya que se convertirán en una nueva generación que aportará en el crecimiento y desarrollo del estado; por lo tanto, se hace necesario la creación de métodos de evaluación tanto internos como externos, como la acreditación que a su vez se deriva en estudios de pertinencia, en donde se identifica si realmente se está respondiendo a las necesidades que se van generando en el medio.

Dicho lo anterior, la presente investigación se refiere al tema de la pertinencia social, que se entiende como la coherencia que existe entre los objetivos y perfiles terminales establecidos por los programas de las instituciones educativas y las necesidades prevalecientes en el ámbito de su influencia, sea que correspondan al mercado de trabajo actual o a proyectos de desarrollo local o regional. (Fresán y Romo, A, 1998).

La característica principal del presente estudio, es identificar el nivel de pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera, a partir de estamentos externos y 4 aspectos de la característica 3 de Relevancia Académica y Pertinencia Social del Programa, los cuales permiten un acercamiento directo a la realidad del sector turístico y hotelero.

El interés principal que despertó la realización de la investigación, radica en poder obtener una mirada externa y actual del programa de ATH, por medio de diferentes estamentos quienes permitieron identificar la percepción que se tiene del desempeño de los graduados (2008-2016), y si realmente la escuela de ATH se enfoca a las necesidades del sector del turismo y la hotelería.

En el marco teórico metodológico se define el uso de la investigación de tipo cualitativa que a su vez se apoya en herramientas cuantitativas, como la estadística descriptiva y el uso de los software SPSS y ATLAS.ti para el procesamiento de la información que fue recolectada por medio de entrevistas y encuestas creadas y validadas específicamente para este fin, las cuales fueron aplicadas a

los siguientes estamentos: Graduados de la Escuela de ATH (2008-2016), empleadores y expertos en Turismo y Hotelería. A partir de estos datos se realizó la calificación del nivel de pertinencia social del programa ATH, por medio de indicadores propuestos y adicionalmente se realizó la caracterización del perfil profesional del graduado de ATH enfocado al sector turístico y hotelero.

El objetivo principal de la investigación, es determinar el nivel de pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera, de la U.P.T.C., desde las áreas de conocimiento del plan de estudios, a la luz de cuatro aspectos de la característica 3 establecidos por el Consejo Nacional de Acreditación, teniendo en cuenta las percepciones manifestadas por los estamentos: graduados (2008-2016), empleadores y expertos en Turismo y Hotelería, con el fin de que se tenga un documento integral que sirva como elemento de consulta y apoyo para futuras investigaciones.

El contenido del trabajo se presenta en los siguientes capítulos:

Capítulo 1, Marco teórico de referencia. En este capítulo se presentan los conceptos más relevantes que se tienen de base para la elaboración del estudio de pertinencia social de la Escuela Administración turística y Hotelera de la U.P.T.C.

Capítulo 2, Metodología. Este capítulo aborda la metodología utilizada para el desarrollo del presente proyecto, partiendo de un esquema general que conduce a los diferentes tópicos a tratar, como la definición del tipo de investigación del cual se derivan las técnicas y herramientas estadísticas utilizadas, e igualmente los instrumentos de medición y recolección de datos.

Capítulo 3, Análisis descriptivo. Análisis estadístico descriptivo correspondiente a la población de graduados de Administración Turística y Hotelera (2008-2016), ya que de esta se tiene el marco muestral, y así mismo como de la muestra de graduados y empleadores.

Capítulo 4, Caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H. a partir de la recolección de datos primarios y tomando como estructura el perfil por competencias sistémicas, interpersonales e instrumentales contempladas en el Proyecto Tuning América Latina (2007).

Capítulo 5, Nivel de pertinencia social del Programa de ATH de la U.P.T.C. La pertinencia del programa Administración Turística y Hotelera, en el presente estudio se mide a partir de indicadores los cuales están clasificados en tres características que son: Indicadores por Competencias, Indicadores de Empleabilidad e Indicadores del Plan de estudios.

Capítulo 6, Conclusiones y recomendaciones. En éste capítulo se pretenden abordar los indicadores más relevantes e importantes y la información que de estos se deriva para poder entenderlos a profundidad.

Finalmente, el documento busca aportar tanto al proceso de acreditación de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, como en futuras evaluaciones a realizar en los diferentes programas de pregrado que ofrece la U.P.T.C. Por otra parte, se espera que para el lector sea de total agrado el presente documento.

Índice

1. ESTUDIO DE PERTINENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA “ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA” DE LA U.P.T.C. SECCIONAL DUITAMA. UNA MIRADA DESDE LOS GRADUADOS (2008 – 2016), EMPLEADORES Y EXPERTOS.

1. 1 Descripción del problema	14
1.3 Objetivos	17
1.3.1 Objetivo General.	17
1.3.2 Objetivos Específicos.	17
2. Capítulo 1: Marco teórico de referencia	18
2.1 Pertinencia	18
2.1.1. Pertinencia Social.	19
2.2 Administración Turística y Hotelera.	20
2.2.1. Misión.	20
2.2.2. Visión.	21
2.2.3. Perfil profesional	21
2.2.4. Perfil ocupacional	21
2.3. Sistema nacional de acreditación.	22
2.3.1. Característica 3. Relevancia académica y pertinencia social del programa.	22
2.4. Tradición investigativa	23
2.5. Perfil por competencias	24

3. Capítulo 2: Metodología	26
3.1. Procedimiento	27
3.1.1. <i>Primer Momento</i> : Revisión de la documentación necesaria.	27
3.1.2. <i>Segundo Momento</i> : Definir los parámetros a investigar y las fuentes de información.	28
3.1.3. <i>Tercer Momento</i> : Diseño y aplicación de instrumentos.	28
3.1.4. <i>Cuarto Momento</i> : Recolección, sistematización y análisis de la información.	28
3.1.5. <i>Quinto Momento</i> : Diseño de un documento integral sobre el nivel de Pertinencia social del programa de Administración Turística y Hotelera.	29
3.2. Tipo de Investigación	29
3.3. Estadística Descriptiva	30
3.3.1. Población.	30
3.3.1.1. Graduados (2008-2016).	31
3.3.1.2. Empleadores.	31
3.3.1.3. Expertos en Hotelería, Turismo y Administración.	31
3.3.2. Muestra.	32
3.3.3. Muestreo Aleatorio Simple.	32
3.3.3.1. Muestreo Graduados	33
3.3.3.1. Muestreo Empleadores	33
3.3.4. Error.	34
3.3.5. Periodo de Tiempo.	34

3.4. Áreas Definidas	35
3.5. Instrumentos de medición y recolección de datos	37
3.5.1. Indicadores	38
3.5.2. Instrumentos de recolección de datos	39
3.5.2.1 Encuesta:	40
3.5.2.2. Entrevista:	42
3.5.3. Validación de los instrumentos de recolección de datos	42
3.4. Recolección de datos primarios.	44
3.4.1. Aplicación de instrumentos de recolección de datos.	44
3.5. Recolección de datos secundarios.	50
3.6. Calificación del nivel de pertinencia	50
3.7. Desarrollo de los cuatro aspectos de la característica 3 propuestos por el CNA	51
4. Capítulo 3: Análisis descriptivo	53
4.1. Análisis población de graduados.	53
4.2 Análisis de las muestras.	55
4.2.1. Muestra de graduados.	55
4.2.3. Muestra empleadores.	69
5. Capítulo 4: Caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H. a partir de la recolección de datos primarios.	80
5.1. Caracterización	80

6. Capítulo 5: Nivel de pertinencia social del Programa de Administración Turística y Hotelera de la U.P.T.C.	88
6.1. Indicadores.	88
6.1.1. Indicadores por Competencias.	89
6.1.2. Indicadores de empleabilidad.	91
6.1.3. Indicadores del Plan de Estudios.	92
6.2. Calificación de los Indicadores	93
6.3. Nivel de Pertinencia Social del Programa de ATH de la U.P.T.C.	98
7. Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones	101
7.1 Conclusiones.	101
7.2 Recomendaciones:	103
8. Referencias	105
9. Anexos.	108

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Tradición investigativa del objeto de estudio</i>	23
Tabla 2 <i>Propuesta de clasificación de asignaturas del programa A.T.H., de acuerdo a los perfiles profesionales</i>	36
Tabla 3 <i>Indicadores para medir la pertinencia social del programa de pregrado A.T.H. (Propuestos).</i>	38
Tabla 4 <i>instrumentos de recolección de datos</i>	39
Tabla 5 <i>Información de la estructura de la encuesta a graduados.</i>	40
Tabla 6 <i>Información de la estructura de la encuesta a empleadores.</i>	41
Tabla 7 <i>Correcciones del panel de expertos a la encuesta de los graduados.</i>	43
Tabla 8 <i>Correcciones del panel de expertos a la encuesta de los empleadores</i>	44
Tabla 9 <i>Datos de la experta por COTELCO</i>	46
Tabla 10 <i>Datos de la experta por el SENA</i>	47
Tabla 11. <i>Datos del entrevistado por ANATO</i>	48
Tabla 12 <i>Datos del entrevistado por el Gobierno</i>	48
Tabla 13 <i>Datos experta en Turismo de PROCOLOMBIA</i>	49
Tabla 14 <i>Aspectos del CNA y actividades</i>	51
Tabla 15 <i>Graduados por año (2008-2016)</i>	53
Tabla 16 <i>Tipo de encuestas a graduados (2008-2016)</i>	57
Tabla 17 <i>Encuestas realizadas según el año de graduación</i>	57
Tabla 18 <i>Impacto de la normatividad y formación académica en el posterior desempeño profesional</i>	58
Tabla 19 <i>Grado de coherencia del plan de estudios</i>	59
Tabla 20 <i>Dificultades obtener empleo</i>	61
Tabla 21 <i>Satisfacción con el plan de estudios</i>	65
Tabla 22 <i>Muestreo Empleadores (Encuestas)</i>	69
Tabla 23 <i>Percepción del empleador frente al desempeño del profesional de la Escuela ATH</i>	72
Tabla 24 <i>Vinculación del graduado de la Escuela de ATH por los empleadores</i>	73
Tabla 25 <i>Nivel en el que se encuentra el profesional de ATH frente a otros profesionales o semejantes</i>	75
Tabla 26 <i>Criterios de contratación tenidos en cuenta por los empleadores encuestados</i>	76
Tabla 27 <i>Nivel de importancia de las competencias del profesional en ATH</i>	78
Tabla 28 <i>Características generales según los tipos de competencias</i>	81

Tabla 29 <i>Participantes en la identificación de competencias para el perfil profesional</i>	82
Tabla 30 <i>Tipología de competencias según la opinión de los expertos y empleadores</i>	83
Tabla 31 <i>Caracterización del perfil profesional del graduado de ATH basado en las competencias</i>	85
Tabla 32 <i>Ejemplo de medición de indicadores</i>	89
Tabla 33 <i>Indicadores por competencias del Nivel de Pertinencia social del Programa ATH</i>	90
Tabla 34 <i>Indicadores de empleabilidad</i>	92
Tabla 35 <i>Indicadores del Plan de Estudios</i>	93
Tabla 36 <i>Resumen de Indicadores y su respectiva calificación</i>	94
Tabla 37 <i>Identificación del indicador</i>	95
Tabla 38 <i>Nivel de importancia de los indicadores</i>	97
Tabla 39 <i>Calificación nivel de pertinencia social Programa ATH</i>	98
Tabla 40 <i>Nivel de pertinencia social de la Escuela de ATH</i>	99
Tabla 41 <i>Indicadores por nivel de criticidad</i>	100

Índice de gráficos

<i>Figura I</i> Metodología para el estudio de pertinencia social del programa A.T.H de la U.P.T.C seccional Duitama (Cárdenas, Granados y Sánchez, U.P.T.C. 2017)	26
<i>Figura II.</i> Número de graduados por año de graduación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	53
<i>Figura III</i> Graduados ATH (2008-2016) según el género. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), Mayo 2017.	54
<i>Figura IV</i> Modalidad de grado. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	54
<i>Figura V.</i> Nota obtenida modalidad de grado. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	55
<i>Figura VI .</i> Impacto de la formación académica. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	58
<i>Figura VII</i> Importancia de la pasantía para la vinculación al ámbito laboral. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	59
<i>Figura VIII</i> Tiempo para lograr su primer empleo. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	60
<i>Figura IX</i> Estudios de posgrado. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017	60
<i>Figura X.</i> Nivel de empleabilidad. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017	61
<i>Figura XI.</i> Nivel de emprendimiento. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	62
<i>Figura XII.</i> Ubicación laboral. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	62
<i>Figura XIII</i> Graduados que trabajan fuera del país. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	63
<i>Figura XIV.</i> Área de desempeño laboral. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	64

<i>Figura XV.</i> Organización en donde se desempeña laboralmente. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	64
<i>Figura XVI.</i> Medio para obtener empleo. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	67
<i>Figura XVII.</i> Rango del salario actual. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	67
<i>Figura XVIII.</i> Segmento empresarial de la organización en donde trabaja. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	68
<i>Figura XIX.</i> Modalidad de contratación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	68
<i>Figura XX.</i> Graduados interesados en conocer los resultados de la investigación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	69
<i>Figura XXI.</i> Ubicación de las organizaciones Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	70
<i>Figura XXII.</i> Sector y ámbito al que pertenecen las organizaciones (Empleadores). Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	71
<i>Figura XXIII.</i> Grado de satisfacción de los empleadores con el desempeño de los graduado de A.T.H. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Mayo 2017.	74
<i>Figura XXIV.</i> Nivel en el que se encuentra el profesional de ATH frente a otros profesionales Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.	76
<i>Figura XXV.</i> Percepción de los empleadores sobre la escuela de ATH. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017	77
<i>Figura XXVI.</i> Propuesta evaluación por competencias; Fuente: la evaluación por competencias (2008) La pirámide de Miler con base en Ruiz	87
<i>Figura XXVII.</i> Nivel de pertinencia social de la escuela de ATH (Cárdenas, Sánchez U.P.T.C. 2017).Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC.	95

1. ESTUDIO DE PERTINENCIA SOCIAL DEL PROGRAMA “ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA” DE LA U.P.T.C. SECCIONAL DUITAMA. UNA MIRADA DESDE LOS GRADUADOS (2008 – 2016), EMPLEADORES Y EXPERTOS.

1. 1 Descripción del problema

La educación amplía las posibilidades de desarrollo en las sociedades siendo la base fundamental para la calidad de vida de un país; de tal manera es importante implementar sistemas de evaluación para determinar el nivel educativo y dar garantía al público en la seriedad de programas de educación superior ofrecidos en instituciones públicas y privadas. Por lo tanto, se hace indispensable evaluar la pertinencia social, “enfocada en la capacidad de la institución y su programa para responder a necesidades del medio” (Consejo Nacional de Acreditación [CNA], 2013).

La Universidad principalmente se enfoca en satisfacer las necesidades del medio en donde se encuentra, por lo tanto es una institución social que se basa en los medios académicos como la investigación para generar nuevo conocimiento que permita resolver los problemas existentes en una sociedad, es decir, en el medio en el que esta se desarrolla “propende por la preservación y la transmisión de la riqueza cultural y científica de la sociedad y la expansión de las exigencias científicas y teóricas por medio de la reflexión crítica y el enriquecimiento con nuevas ideas” (Miranda, 2007, p.96).

En el caso de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (U.P.T.C), se acoge bajo la ley 30 de 1992; y desde sus inicios se ha interesado por mejorar sus servicios educativos, por lo cual, obtuvo un reconocimiento por parte del Estado como institución de alta calidad, el cual ha sido renovado bajo resolución; 3910 del 24 de marzo de 2015; además, esta institución ha solicitado voluntariamente al Consejo Nacional de Acreditación, una evaluación para obtener el registro de alta calidad, como base fundamental en el proceso para el logro de la acreditación de programas de pregrado.

En atención a lo anterior el consejo académico aprobó bajo la resolución 99 del 2009, la reestructuración del plan de estudios del programa de Administración Turística y Hotelera (A.T.H) la cuál entra en vigencia en el año 2010; además, este programa obtuvo la última Acreditación Voluntaria mediante resolución No. 1016 del 2014 del Ministerio de Educación Nacional (MEN) y en la actualidad se encuentra realizando acciones para renovar su acreditación.

También cabe mencionar que el CNA, determina en el documento El Sistema Nacional de Acreditación, unos lineamientos para la acreditación de programas de pregrado, en donde la característica N°3 presenta los aspectos a evaluar de la relevancia académica y pertinencia social; no obstante, el programa A.T.H se ha enfocado en la valoración de los pares académicos para desarrollar el proceso de acreditación y la viabilidad de la reestructuración que tuvo el plan de estudios en el 2009 con respecto a las áreas de conocimiento académico e igualmente a las perspectivas de desempeño laboral evidenciado en el documento entregado al CNA en la última renovación de la acreditación.

Debido a lo anterior, se corrobora que el programa no ha tenido en cuenta en su totalidad los lineamientos propuestos por el (CNA, 2013), en este caso, la característica 3 que se basa en los estudios de pertinencia social y aunque se han realizado investigaciones enfocadas en los graduados, no se han tenido en cuenta estamentos como: empleadores y expertos en Turismo y Hotelería. Por lo tanto, se hace necesaria, la actualización de dicha información e igualmente la vinculación de nuevos datos, con motivo principal de la renovación de acreditación para el año 2017; por lo tanto, el presente trabajo busca crear un documento integral sobre la pertinencia social del programa A.T.H.

Con respecto a la importancia de la industria turística, según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “a nivel mundial el sector de viajes y Turismo representa cerca del 9% del PIB y es responsable de 1 de cada 11 empleos en todo el mundo (277 millones) y el 6% de las exportaciones mundiales”, (Global Travel Association Coalition [GTAC], 2015). Es decir, la actividad turística tiene gran relevancia en los diferentes sectores económicos a nivel internacional, que ha originado una oferta

y demanda de profesionales que deben asumir más exigencias en cuanto a su formación académica, y que a su vez se encuentran enmarcados en la globalización haciendo más competitiva su inmersión exitosa en el sector productivo.

En lo que respecta a Colombia, se afirma que “el Turismo se convierte en una poderosa herramienta para aportar al crecimiento del país, ya que por su naturaleza interdisciplinar, apuesta de manera directa a cinco de los once ejes de competitividad” (Plan Sectorial de Turismo [PST], 2014-2018).

No obstante, existe una brecha entre el sector empresarial y la academia debido a que se subestima el potencial de los profesionales en Turismo, dado que para altos cargos se contrata ejecutivos provenientes del exterior, ocasionando la disminución de empleabilidad a los graduados nacionales; por lo cual se determina la necesidad de desarrollar mejores competencias gerenciales y laborales entre quienes trabajan o aspiran a trabajar en el sector, en pos de la calidad. (Plan Sectorial de Turismo [PST], 2014).

Además, se genera una mayor necesidad de respuesta de las instituciones que ofrecen programas académicos enfocados en el sector Turismo, en cuanto a la coherencia con lo exigido en el medio y lo impartido a los estudiantes, futuros profesionales, que deberán asumir los retos de la industria turística y las demás actividades que de esta se derivan.

En cuanto a la tradición investigativa, la biblioteca institucional cuenta con la existencia de 9 trabajos de grado que tienen como objeto de estudio la Escuela de A.T.H de la U.P.T.C. , y que abordan este tema a partir de diferentes perspectivas como: deserción estudiantil, eventos académicos, indicadores de gestión, evaluación curricular, pasantías y el seguimiento de graduados.

Se evidencia en consecuencia que no existen estudios investigativos que en forma integral den cuenta de la pertinencia social del programa A.T.H, de la U.P.T.C., que considere en conjunto a

graduados, empleadores y expertos, como fuentes de información primaria, lo cual da razón de ser al desarrollo de la presente propuesta investigativa.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Determinar el nivel de pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera, de la U.P.T.C., desde las áreas de conocimiento del plan de estudios, a la luz de cuatro aspectos de la característica 3 establecidos por el Consejo Nacional de Acreditación, teniendo en cuenta las percepciones manifestadas por los estamentos: graduados (2008-2016), empleadores y expertos en Turismo y Hotelería, con el fin de que se tenga un documento integral que sirva como elemento de consulta y apoyo para futuras investigaciones.

1.3.2 Objetivos Específicos.

Caracterizar el perfil profesional del graduado de la escuela de A.T.H el cual se enfoca al sector Turístico y Hotelero a partir de la recolección de datos primarios por medio de entrevistas a los expertos en Turismo y Hotelería.

Medir el grado de aceptación de los graduados de ATH (2008-2016) de la UPTC por parte de los empleadores de la actividad turística de la región.

Identificar el grado de coherencia que tiene el plan de estudios del programa ATH con la realidad encontrada en el medio laboral desde las percepciones manifestadas por los graduados encuestados (2008-2016).

2. Capítulo 1: Marco teórico de referencia

En este capítulo se presentan los conceptos más relevantes que se tienen de base para la elaboración del estudio de pertinencia social de la Escuela Administración turística y Hotelera de la U.P.T.C; en donde se privilegia la información general de la carrera, la pertinencia vista desde diferentes enfoques y por supuesto la el perfil por competencias el cual es base fundamental para el estudio.

2.1 Pertinencia

En el presente trabajo se hace necesario resaltar diferentes definiciones de pertinencia como las siguientes:

La educación en Colombia es un elemento muy importante para el desarrollo del país por lo cual la Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior CONPES establece una estrategia de competitividad identificando las necesidades en la educación media y superior; para esta estrategia fue necesario definir el termino pertinencia y es tomado desde tres sentidos, el primero responder a necesidades y expectativas del usuario, el segundo es el reconocimiento de las condiciones propias de cada niño, niña o joven que accede al sistema y el tercero que es en el cual se enfoca esta investigación es como responder a las necesidades y expectativas de los entornos, sean estos sociales, productivos o familiares. Se entiende entonces por educación pertinente aquella que está en condiciones de aportar a la transformación y desarrollo de las comunidades locales y nacionales, preparar para la inserción en el mundo del trabajo en la medida en que se articula con el sector productivo y aportar a la construcción de un mundo más justo, más equitativo y comprometido con el ambiente. Según Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior. (CONPES, 2009).

La Pertinencia en este caso tomado, “desde el punto de vista de lo que la sociedad espera de la educación superior en particular, a que debe abarcar cuestiones como mayores oportunidades de

participación en la educación superior durante las distintas fases de la vida, los vínculos con el mundo del trabajo y las responsabilidades de la educación superior con respecto al sistema educativo en su conjunto”. Documento de Política para el cambio y el Desarrollo de la Educación superior.1995, (p.29).

De igual manera el Consejo Nacional de Acreditación proporciona una definición de pertinencia como: “la capacidad de la institución y su programa para responder a necesidades del medio. Necesidades a las que la institución o el programa no responden de manera pasiva, sino proactiva. Proactividad entendida como la preocupación por transformar el contexto en que se opera, en el marco de los valores que inspiran a la institución”. (CNA, 2013, p.11).

Por su parte Villanueva (2003) afirma que “La pertinencia, tiene que ver más que nada con el mercado laboral al que se incorporaran los egresados de una carrera. Por esto, hay que tener muy presente el modelo que se vive y el tiempo de población a la que se dirige el proyecto de formación” (p.29).

Como se evidencia anteriormente en estas definiciones la pertinencia es un tema muy amplio y útil en la investigación por lo cual se determina que este estudio se enfoca directamente a la pertinencia social debido a que evalúa la influencia del programa en el ámbito social y la calidad de la institución de acuerdo a la satisfacción de necesidades identificadas en la zona en el que se desempeñan los profesionales de la escuela ATH, de esta manera se hace necesario realizar un breve análisis de sus definiciones como se muestra a continuación:

2.1.1. Pertinencia Social.

Con relación a lo anterior Fresán y Romo, A, (1998) afirman que “Este tipo de pertinencia se pone de manifiesto a través de la coherencia que existe entre los objetivos y perfiles terminales

establecidos y las necesidades prevalecientes en el ámbito de la influencia de la institución educativa, sea que correspondan al mercado de trabajo actual o a proyectos de desarrollo local o regional” (p.77).

A nivel nacional, la evaluación de pertinencia se lleva a cabo por el MEN, asimismo bajo la ley 1188 del 25 de abril de 2008, con el objetivo de regular el registro calificado de programas de educación superior, en el cual el Estado verifica el cumplimiento de las condiciones de calidad por parte de estas entidades educativas (Parra et al, 2008).

Finalmente, para hablar de evaluación en sistemas de calidad en el caso de la U.P.T.C y específicamente en la escuela de Administración Turística y Hotelera se debe hacer una contextualización desde sus orígenes para determinar su trascendencia como se observa a continuación:

2.2 Administración Turística y Hotelera.

El Programa de Administración Turística y Hotelera, fue creado mediante Acuerdo 035 de 1979, adscrito a la Facultad Seccional Duitama, de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Al segundo semestre del 2016 cuenta con 1176 Egresados y soporta los requerimientos de profesionales del Turismo y la Hotelería que requiere el Sector Empresarial. Sector que cuenta con el apoyo decidido del Gobierno Nacional dentro del proceso de Internacionalización de la Economía.

La Escuela de Administración Turística y Hotelera fue acreditada por parte del Consejo Nacional de Acreditación - Ministerio de Educación Nacional, mediante la resolución No. 1016 del 2014 por un término de cuatro años; en la actualidad se encuentra realizando acciones para renovar su acreditación. (U.P.T.C, 2016).

2.2.1. Misión.

La escuela ATH, “y su programa Académico asume como su razón de ser la formación de profesionales integrales e idóneos, capaces de emprender con calidad procesos de gestión de la

actividad turística y de la hospitalidad como alternativa estratégica de desarrollo económico, social, cultural, ambiental y político desde la perspectiva de la sustentabilidad en el ámbito regional, nacional e internacional” (UPTC, 2016).

2.2.2. Visión.

La Escuela de Administración Turística y Hotelera, de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia se proyecta para “ser reconocida regional, nacional e internacionalmente por sus aportes al desarrollo educativo, sociocultural y económico del país, centrada en la actividad investigativa en la cual se articulan teoría y práctica, como dinámica prospectiva del quehacer turístico, con profesionales idóneos, éticos y líderes del desarrollo de la industria turística” (UPTC, 2016).

2.2.3. Perfil profesional

El perfil del administrador turístico y hotelero, es ser un profesional apto para desempeñarse en entidades turísticas, empresas hoteleras y gastronómicas, caracterizándose por tener amplios conocimientos en áreas como: financiera, administrativa, mercadeo, producción y prestación de servicios. También, cuenta con formación y conocimiento del idioma inglés, humanística científica, tecnológica e investigativa por consiguiente, permite participar exitosamente en la industria turística y en el sector de la hospitalidad (UPTC, 2016).

2.2.4. Perfil ocupacional

El Administrador Turístico y Hotelero puede desempeñarse con éxito a nivel directivo y operativo encargado de la gestión administrativa, de igual manera en las diversas unidades productivas de la actividad turística y la industria hotelera; por esta razón, puede desempeñarse en el sector público, en organizaciones de agencias de viajes asimismo en organizaciones gastronómicas y hoteleras. (UPTC, 2016).

2.3. Sistema nacional de acreditación.

El sistema nacional de acreditación, establece parámetros los cuales deben ser cumplidos, por los programas que pretendan obtener el certificado de alta calidad o la renovación del mismo; en el caso de la escuela de Administración Turística y Hotelera de la UPTC., toma como referencia cuatro aspectos de la característica 3 establecidos por el Consejo Nacional de Acreditación característica para este estudio, con el objetivo de determinar si el programa es relevante académicamente y responde a necesidades locales, regionales y nacionales.

2.3.1. Característica 3. Relevancia académica y pertinencia social del programa.

El sistema nacional de acreditación estableció lineamientos para la certificación de alta calidad a programas de pregrado, en este caso se toman los aspectos establecidos en la característica 3 Relevancia académica y pertinencia social del programa: la cual está enfocada en determinar si un programa es relevante académicamente y responde a necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales y establece nueve aspectos a evaluar por medio de diferentes estudios y proyectos. En este caso el presente estudio se enfoca en los siguientes aspectos:

- I. Estudios orientados a identificar las necesidades y requerimientos del entorno laboral (local, regional y nacional) en términos productivos y de competitividad, tecnológicos y de talento humano. Acciones del programa para atenderlos.
- II. Correspondencia entre el perfil laboral y ocupacional del sector y el perfil profesional expresado en el Proyecto Educativo del Programa.
- III. .Estudios y/o proyectos formulados o en desarrollo, que propendan por la modernización, actualización y pertinencia del currículo de acuerdo con las necesidades del entorno.
- IV. Estudios actualizados sobre las necesidades formativas en la región de influencia del programa.

2.4. Tradición investigativa

Para la contextualización en el tema de investigación acerca de la pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera se hizo una revisión de documentos en la biblioteca de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia facultad Duitama, en donde se encontraron 9 trabajos de grado relacionados con el objeto de estudio, como se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 1 *Tradición investigativa del objeto de estudio*

Título	Autor	Año
Evaluación curricular por medio del egresado de ATH de la UPTC Facultad seccional Duitama	Aura Lorenza Bohórquez Sánchez	1990
Seguimiento laboral de los graduados del programa de ATH 2006-2011	Bilma Paola Barrera	2012
Proceso de autoevaluación con miras a la acreditación del programa ATH análisis del factor egresados y el impacto con el medio	Jenny Stella Rangel Pinto	2003
Análisis de la deserción estudiantil del programa ATH del periodo 2008-2012, con el objeto de establecer acciones para disminuir dicha deserción	Ana María Peña Polo	2013
Análisis de pertinencia de los eventos de la escuela de ATH UPTC facultad Duitama	Astrid Lorena Acevedo Cruz	2012
Diseño e implementación de los indicadores de gestión y desempeño para la escuela de ATH facultad seccional Duitama	Sandra Milena Torres Albarracín	2005
Análisis y diseño y elaboración de una base de datos para el manejo y control de la información de prácticas y pasantías de la escuela ATH	Diana Yamile Tiria Cabra	2006
Identificación y caracterización de la deserción académica en la escuela de ATH un análisis descriptivo del problema	Rendel Mauricio Buitrago Sanchez	2007
Propuesta para el diseño del manual de pasantías escuela ATH	Mónica Lorena Pérez Munevar	2012

La presente tabla evidencia los estudios que se han realizado por los estudiantes para evaluar la pertinencia de la escuela desde diferentes enfoques siendo el objeto de estudio la Escuela De Administración Turística y Hotelera.

2.5. Perfil por competencias

La evaluación por competencias es muy útil como herramienta para el mejoramiento de la calidad educativa, debido a que permite obtener información para tomar decisiones efectivas.

De esta manera se define la evaluación por competencias como un proceso a través del que se verifica y valora la capacidad de una persona con relación al desempeño establecido, puede estar traducido en una norma. Se puede llevar a cabo mediante pruebas, exámenes prácticos, observación o examen de evidencias sobre el desempeño. Su propósito es formarse un concepto sobre su competencia, a partir de un patrón (normas o criterios, indicadores y evidencias), e identificar aquellas áreas de desempeño que requieren ser fortalecidas mediante capacitación, para alcanzar la competencia. (Ruiz, 2008,p.4).

Además, es importante resaltar que debe ser un proceso continuo y sistémico permitiendo realizar ajustes necesarios y basarse en evidencias estandarizadas como criterios, indicadores y evidencias propiamente dichas, para contar con referentes básicos a la hora de evaluar.

De esta manera es importante que las competencias se evalúen en tres dimensiones fundamentales, las cuales han sido precisadas desde en el proyecto Tuning (Ruiz, 2008). Esas tres dimensiones son:

Competencias interpersonales: Capacidades individuales tales como habilidades sociales (interacción y cooperación sociales).

Competencias instrumentales: Capacidades cognitivas, metodológicas, tecnológicas y lingüísticas.

Competencias sistémicas: Capacidades y habilidades relacionadas con sistemas globales (combinación de comprensión, sensibilidad y conocimientos).

Identificación de las competencias según el proyecto de Tuning, donde propone la clasificación para uso fundamental al momento de hacer una evaluación por competencias.

De esta manera para hablar de evaluación de competencias, los indicadores pueden proyectarse a dimensiones diferentes. Cuando hablamos de evaluación del desempeño, los indicadores adquieren connotaciones importantes. El establecimiento de indicadores de desempeño en la evaluación es una acción hacia la calidad. Esto no quiere decir que son garantía de calidad, pues el hecho de aplicarlos no garantiza automáticamente la calidad. Los indicadores son herramientas y como tal permiten el desarrollo del proceso de evaluación, siempre y cuando se tenga bien precisado cuáles son las metas y los objetivos que se han trazado para cubrir dichas metas.

3. Capítulo 2: Metodología

Este capítulo aborda la metodología utilizada para el desarrollo del presente proyecto, partiendo de un esquema general que conduce a los diferentes tópicos a tratar, como la definición del tipo de investigación del cual se derivan las técnicas y herramientas estadísticas utilizadas, e igualmente los instrumentos de medición y recolección de datos, las encuestas y la entrevista, que se construyeron a partir de los indicadores de medición propuestos, los cuales determinarán gran parte de los resultados, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

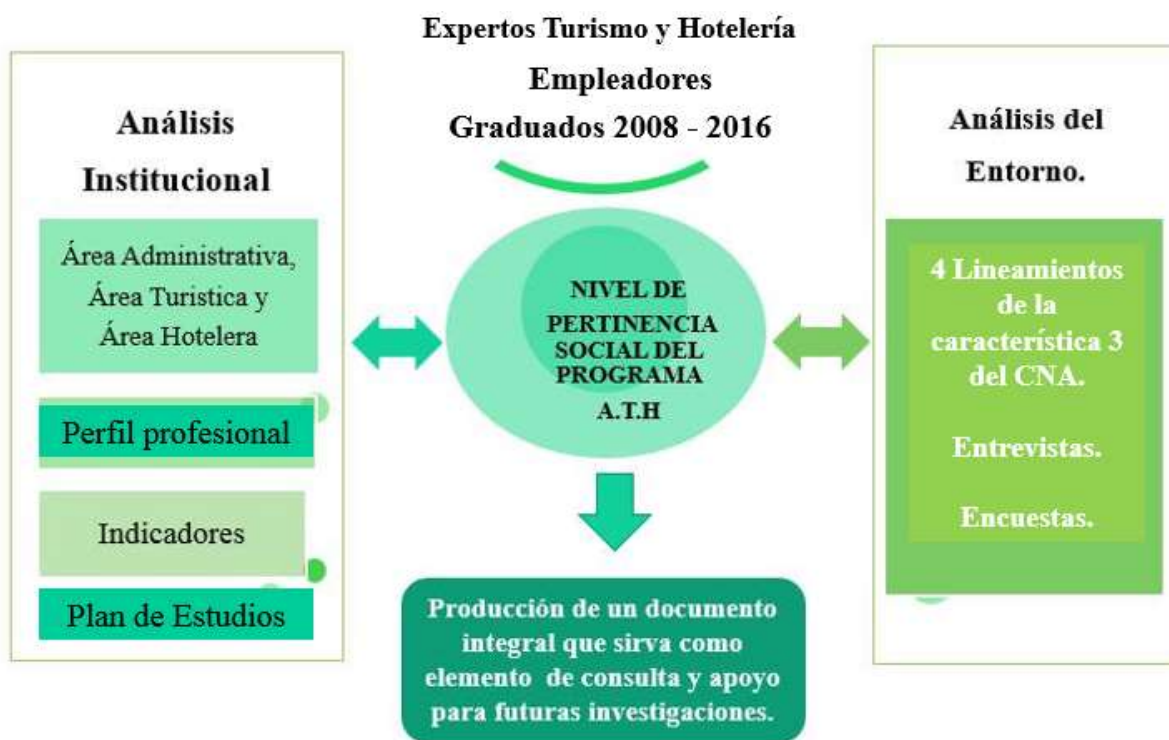


Figura 1 Metodología para el estudio de pertinencia social del programa A.T.H. de la U.P.T.C seccional Duitama (Cárdenas, Granados y Sánchez, U.P.T.C. 2017)

En el gráfico se plasma la metodología propuesta para el estudio, teniendo como foco central el nivel de pertinencia social del programa A.T.H., de igual manera, se pueden observar las áreas definidas para efectos de la presente investigación, las cuales son: Área Administrativa, Área turística y Área Hotelera, estas están enfocadas institucionalmente en la clasificación del plan de estudios y en

el entorno hacia los sectores productivos en los que se pueden desempeñar los graduados de la Escuela. Así mismo, se plantean los estamentos de los cuales se va a obtener la información que son, graduados, empleadores y expertos en el Turismo, la Hotelería y la Administración.

Finalmente se hace énfasis en la producción de un documento integral en el que se reflejen los resultados obtenidos del estudio en cuanto a la pertinencia social del programa de pregrado de A.T.H, de la U.P.T.C seccional Duitama.

3.1. Procedimiento

El procedimiento para determinar el nivel de pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera, de la U.P.T.C., tomada a partir de 4 aspectos de la característica 3 de pertinencia social establecidos por el CNA y así mismo, las percepciones manifestadas en los estamentos consta de los siguientes momentos:

3.1.1. Primer Momento: Revisión de la documentación necesaria.

Se desarrollaron las siguientes actividades:

Realizar una revisión amplia, seria y puntual de la documentación general sobre pertinencia y a su vez de diferentes experiencias investigativas sobre el tema, resaltándose nacionalmente el estudio de la Universidad Francisco de Paula Santander sobre un modelo para evaluar la pertinencia social en la oferta académica de dicha universidad y el estudio que realizó la Universidad de EAFIT de Medellín que aborda la pertinencia del programa de economía desde la mirada de los egresados, e internacionalmente se destaca la propuesta metodológica para el diseño de documentos curriculares con base en estudios de pertinencia y factibilidad, desarrollado en la Universidad de Colima en México.

Revisar la tradición investigativa, en la biblioteca de la universidad en cuestión y en fuentes ajenas a esta institución como bases de datos, sobre el tema a abordar en la investigación.

Consultar la normatividad que interviene en el estudio investigativo.

Identificar los antecedentes del programa de A.T.H.

3.1.2. Segundo Momento: Definir los parámetros a investigar y las fuentes de información.

Se desarrollaron las siguientes actividades:

Concretar las áreas a estudiar del plan de estudios del programa de A.T.H, que son: Área administrativa, Área Turística y Área hotelera.

Especificar las fuentes de información: graduados (2008-2016), empleadores y expertos en Hotelería y Turismo.

Proponer indicadores medibles en cuanto a la pertinencia social del programa A.T.H, se refieren.

Determinar las poblaciones, subpoblaciones y la muestra por el método de muestreo aleatorio simple.

3.1.3. Tercer Momento: Diseño y aplicación de instrumentos.

Se desarrollaron las siguientes actividades:

Elaborar los instrumentos que se van a aplicar a las muestras, estos son: Encuestas y entrevistas.

Realizar una prueba piloto de los instrumentos y realizar ajustes.

Validar los instrumentos elaborados para la recolección de información primaria (encuesta y entrevista) por medio de un panel de expertos y realizar las correcciones finales.

Aplicar a las muestras seleccionadas los instrumentos definitivos.

3.1.4. Cuarto Momento: Recolección, sistematización y análisis de la información.

Se desarrollaron las siguientes actividades:

Recolección de la información por medio de la aplicación de los instrumentos a las fuentes primarias.

Sistematización de la información recolectada en su totalidad en los softwares SPSS y ATLAS.ti.

Analizar la información resultante de la aplicación de los instrumentos y la proveniente de los softwares, siendo contrastada principalmente con los 4 aspectos de la característica 3 sobre pertinencia social definida por el CNA sobre la Relevancia académica y pertinencia social del programa.

3.1.5. Quinto Momento: Diseño de un documento integral sobre el nivel de Pertinencia social del programa de Administración Turística y Hotelera.

Se desarrollaran las siguientes actividades:

Realizar las recomendaciones y conclusiones a partir de la información encontrada en el desarrollo de la investigación.

Estructurar el documento final a presentar.

3.2. Tipo de Investigación

Se privilegia en el desarrollo del proyecto, la Investigación Cualitativa, que de acuerdo con Bonilla y Rodriguez (como se citó en Bernal, 2010), “se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada”(p.60).

A su vez, se acude a la Investigación Cuantitativa, que es abordada por Pacheco y Cruz (como se citó en Barradas, 2015), “a través de cuestionamientos específicos, que surgen de la realización de análisis teóricos o investigaciones previas que estén relacionados con dicho objeto. Se utiliza una serie

de instrumentos y procedimientos basados en herramientas estadísticas para recolectar y procesar los datos”(p.147).

Por lo cual, se utiliza muy puntualmente el software estadístico SPSS y la información que de este se derive, para el análisis de la información. También, “se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental” (p. 113), (Bernal, 2010, p. 113) que hacen parte del enfoque cuantitativo de investigación descriptiva.

Teniendo claro el tipo de investigación cualitativa, apoyada a su vez en procedimientos e instrumentos de tipo cuantitativo se utilizará como herramienta de desarrollo del proyecto:

3.3. Estadística Descriptiva

Este tipo de estadística, “tiene como finalidad colocar en evidencia aspectos característicos (promedios, variabilidad de los datos, etc.) que sirve para efectuar comparaciones, (...). Esta descripción se realiza a través de la elaboración de cuadros, gráficos, cálculo de promedios, varianzas, proporciones y mediante el análisis de regresión.” (Martínez, 2012, p.2). Además, el uso de la estadística descriptiva se requiere al momento de clasificar y caracterizar las variables de las poblaciones y subpoblaciones. A continuación se mencionan los ítems a tener en cuenta para el presente estudio en cuanto a la estadística descriptiva se refiere:

3.3.1. Población.

La población en el presente estudio se entiende como un “conjunto de medidas o el recuento de todos los elementos que presenta una característica común. El término población se usa para denotar el conjunto de elementos del cual se extrae la muestra” (Martínez, 2012, p.2).

A partir de lo anterior, se encuentran diferentes tipos de subpoblaciones manifestadas en los siguientes estamentos: graduados (2008-2016), empleadores y expertos en Hotelería, Turismo y Administración.

3.3.1.1. Graduados (2008-2016).

Para el presente estudio se toman 542 graduados que corresponden a los años 2008 a 2016 del programa A.T.H., teniendo en cuenta que el termino graduado para el MEN (como se citó en el Consejo Superior de la U.P.T.C, 2014), comprende a una “persona que una vez ha terminado el programa académico y ha cumplido con los requisitos de Ley y los exigidos por la respectiva institución de educación superior, recibe el título académico”.

3.3.1.2. Empleadores.

La subpoblación de empleadores, será definida a partir de la información de ubicación laboral de los graduados del programa de A.T.H de la UPTC, que sean encuestados y estos corresponden a 66 establecimientos, de esta manera el empleador proporciona información más precisa ya que ha tenido contacto directo con el graduado dentro de la organización en donde se desempeñe profesionalmente.

3.3.1.3. Expertos en Hotelería, Turismo y Administración.

Los expertos han sido segmentados a partir de las áreas definidas, de esta manera se tendrá en cuenta para cada área una entidad del campo en donde se ubicó el experto en cuestión, es decir, para el Área de Administración se consultará en la Asociación Colombiana de Facultades de Administración (ASCOLFA), en el Área de Turismo PROCOLOMBIA e igualmente la Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO) y en el Área de Hotelería a la Asociación Hotelera de Colombia (COTELCO). Adicionalmente se acudió a una entidad gubernamental como lo es la secretaría de Turismo y una entidad de formación en Hotelería, Turismo y Administración como lo es el SENA.

En el desarrollo de la presente investigación cabe aclarar que no se pudo contar con la entrevista del experto en cuestión de ASCOLFA, pero se resalta que se realizó el proceso de contacto y a pesar de esto no fue posible acordar una cita.

3.3.2. Muestra.

Teniendo ya definidas claramente las subpoblaciones se procede a extraer la respectiva muestra de cada una de ellas, esta es entendida como, “una parte medible o la selección de una parte de los elementos pertenecientes a la población. Los elementos se seleccionan aleatoriamente, es decir todos los elementos que componen la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados” (Martínez, 2012, p.3).

3.3.3. Muestreo Aleatorio Simple.

El tipo de muestreo que se va a aplicar en el presente estudio es el Muestreo Aleatorio Simple (MAS), “en el cual se da igual oportunidad de selección a cada elemento o unidad dentro de la población”. (Martínez, 2012, p.275) La expresión de la fórmula utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población, cuando no se conoce se utiliza la constante 0,5.

Z = Nivel de confianza por distribución normal.

e = Error básico aceptable.

Se elige este método, debido a que se encuentra marco muestral de la mayoría de las poblaciones y además, la población de graduados es la que mayor información aporta a la investigación debido a su anterior vinculación académica y posterior ingreso al medio laboral.

A continuación, se presentan los muestreos realizados para las subpoblaciones de Graduados y Empleadores.

3.3.3.1. Muestreo Graduados

$$n = \frac{542 \cdot 0.5^2 \cdot 1.88^2}{(542 - 1)0.06^2 + 0.5^2 \cdot 1.88^2}$$

$$n = 478.9112 / 2.8312$$

$$n = 169.154$$

n= 169 Graduados a encuestar

$$n = ?$$

N = 542 Graduados del programa Administración Turística y Hotelera que corresponden a los años 2008 al 2016.

$$\sigma = 0.5$$

$$Z = 1.88$$

$$e = 0.06$$

3.3.3.1. Muestreo Empleadores

$$n = \frac{66 \cdot 0.5^2 \cdot 1.88^2}{(66 - 1)0.06^2 + 0.5^2 \cdot 1.88^2}$$

$$n = 58.3176 / 1.1176$$

$$n = 52.1811$$

n= 52 Empleadores a encuestar

$$n = ?$$

N = 66 Número de empresas en las que se encuentran laborando los graduados encuestados.

$$\sigma = 0.5$$

$$Z = 1.88$$

3.3.4. Error.

El error básico aceptable para el presente estudio es del 6%, con el que se obtendrá un nivel de confianza del 94%.

3.3.5. Periodo de Tiempo.

El periodo de tiempo que abarca la presente investigación corresponde a los graduados titulados entre los años (2008 y 2016), que se encuestaron.

En razón a que el 08 de diciembre de 2008 se dio la primera acreditación de alta calidad otorgada al programa A.T.H por el CNA según resolución 2349 además, cabe resaltar dos sucesos importantes que se dieron durante este periodo de tiempo los cuales son, la reestructuración del plan de estudios del programa de Administración Turística y Hotelera bajo la resolución 99 del 2009 y que entró en vigencia en el 2010, y la última renovación de acreditación del programa que se dio en el 2014 mediante resolución No. 1016 MEN.

Por tal motivo, la escuela durante estos años entra en un nuevo periodo en el cual se llevan a cabo acciones para mejorar las debilidades encontradas en los procesos de autoevaluación y llevar a cabo un control de su impacto para poder optimizarlas en beneficio del programa.

Por otro lado, abarcar estos periodos de tiempo permitirá dividir la muestra en momentos de acuerdo al año de graduación, con lo cual se pueden realizar diferentes comparaciones entre las percepciones que tienen los graduados encuestados, por ejemplo, los del 2008 a los del 2015 con respecto a empleabilidad, satisfacción con el currículum o actualidad del mismo, identificando de esta manera fortalezas y debilidades de acuerdo a cada promoción, así como diferentes tipos de análisis necesarios.

3.4. Áreas Definidas

En la debida formación del profesional en Administración Turística y Hotelera, “se han organizado los contenidos y prácticas en cuatro áreas principales, de conformidad con los lineamientos del Consejo Académico” (Consejo Académico de la U.P.T.C, 2004, p.6). Las que componen el plan de estudios del programa A.T.H, son: Área General, Área interdisciplinar, Área disciplinar y Área de profundización.

Teniendo en cuenta lo anterior, se observa que se toma un total de cuatro áreas de formación para los profesionales en A.T.H, por lo tanto, cabe aclarar que en la presente investigación se proponen tres áreas únicamente, la Administrativa, Turística y Hotelera que a su vez comprenden las asignaturas del plan de estudios de dicho programa. Estas tres áreas están soportadas a partir de los perfiles profesionales correspondientes a cada una de ellas, que serán mencionados a continuación.

El profesional en Administración requiere una formación proporcionada en conocimientos de contabilidad, finanzas, marketing, recursos humanos y producción. (Arquero, Donoso, Jiménez, Gonzáles, 2009). Así mismo, el decreto 0938 de Mayo 10 de 2002 establece estándares de calidad en los programas de pregrado de Administración e incluye los componentes de formación profesional que deben tener dichos programas los cuales son, Administración y organizaciones, economía y finanzas, producción y operaciones, mercadeo, informática, gerencia de personal, socio-humanística y énfasis.

El perfil de los profesionales en Turismo “se caracteriza por su enfoque hacia la gestión empresarial, la gestión gastronómica y la operación de servicios de guianza, así como la operación turística y logística en empresas de alojamiento y agencias de viaje; donde es notable la relación con el ecoturismo y los parques temáticos y naturales”(Collazos y Palacio, 2012, p.242).

Finalmente, el profesional en Hotelería debe contar con la formación necesaria en la gestión de la calidad, gestión de recursos humanos, gestión financiera, sectores operacionales (gestión de

alimentos y bebidas y gestión de hospedaje), dominio de otros idiomas y la informática, es decir, el manejo de software. (Alves, Marreiro, y Duarte, 2012,).

En relación con lo anterior, las asignaturas serán clasificadas de acuerdo a los perfiles profesionales propuestos en Turismo, Hotelería y Administración, como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 2 *Propuesta de clasificación de asignaturas del programa A.T.H., de acuerdo a los perfiles profesionales*

ÁREA	ASIGNATURAS
<i>Área Administrativa</i>	Legislación comercial y tributaria
	Economía sectorial
	Seminario de Emprenderismo
	Mercadeo turístico y hotelero
	Seminario de investigación
	Negocios internacionales
	Formulación y evaluación de proyectos
	Seminario de imagen y protocolo
	Cálculo Diferencial
	Fundamentos de Administración
	Cálculo Integral
	Metodología de la Investigación
	Planeación y Control
	Microeconomía
	Análisis y diseño organizacional
	Macroeconomía
	Estadística y probabilidad
	Contabilidad General
	Inferencia Estadística
	Contabilidad de Costos
	Matemática Financiera
	Gerencia Empresarial
	Mercadotecnia
	Administración Financiera
	Teorías Modernas de la Organización
	Investigación de Mercados
	Presupuestos
<i>Área Turística</i>	Teoría y Práctica Turística
	Sociología del Turismo
	Nuevas Tendencias del Turismo

	Geografía Turística I
	Geografía Turística II
	Patrimonio cultural universal
	Seminario de animación sociocultural
	Patrimonio cultural colombiano
	Seminario de gestión turística local
<i>Área Hotelera</i>	Tecnologías de la Información y la Comunicación en el aprendizaje
	Conservación de Alimentos
	Cultura Gastronómica I
	Cultura Gastronómica II
	Operación Hotelera
	Gestión de la hospitalidad
	Enología y técnicas de servicio
	Gestión gastronómica
	Organización de eventos
	Administración de agencias de viajes
	Seminario de calidad de los servicios
	Gestión de talento Humano

(Consejo Académico de la U.P.T.C, 2004, pp.10-14).

En la tabla propuesta para el desarrollo de la metodología del presente trabajo, se muestra cada asignatura del plan de estudios del programa de pregrado de A.T.H, clasificada a partir de los conocimientos a tener en cuenta en los perfiles de los profesionales en Administración, Turismo y Hotelería, que a su vez conforman las tres áreas propuestas para el desarrollo del presente estudio.

3.5. Instrumentos de medición y recolección de datos

Los instrumentos de recolección de datos primarios que se exponen a continuación, encuesta y entrevista, fueron creados a partir de los indicadores debido a que la información recolectada a partir de estos se utiliza para la medición de los indicadores.

3.5.1. Indicadores

Tabla 3 Indicadores para medir la pertinencia social del programa de pregrado A.T.H. (Propuestos).

CARACTERÍSTICAS A EVALUAR		INDICADORES
COMPETENCIAS PROFESIONALES	Formación Procedimental (saber hacer)	<ul style="list-style-type: none"> · Habilidades gerenciales (toma de decisiones). · Destreza en el manejo de software especializado. · Nivel de destreza en implementación de normas de calidad
	Formación Conceptual (saber conocer)	<ul style="list-style-type: none"> · Nivel de comunicación oral y escrita en un segundo idioma. · Grado de conocimiento de normas de calidad, a implementar en el sector. · Grado de formación en cuanto a responsabilidad ética y medioambiental.
	Formación Integral (saber ser)	<ul style="list-style-type: none"> · Disposición para trabajo en equipo. · Grado de motivación para el autoaprendizaje. · Nivel de liderazgo en el cargo en el que se desempeña. · Grado de motivación para realizar estudios de posgrado en el área.
	Empleabilidad	<ul style="list-style-type: none"> · Tiempo de inserción laboral al año de egreso de cursado el programa A.T.H. · Dificultad para obtener empleo. · Principal medio para acceder al empleo. · Modalidad de contratación. · Áreas de desempeño laboral (Administrativa, turística y Hotelera). · Tamaño y tipo de la empresa en la que se desempeña laboralmente el graduado. · Salario promedio.
	Plan de Estudios	<ul style="list-style-type: none"> · Grado de satisfacción con los contenidos temáticos del plan de estudios con respecto al área de desempeño laboral. · Grado de coherencia de las Prácticas académicas con el plan de estudios. · Grado de coherencia de los laboratorios con el plan de estudios. · Nivel de importancia de las pasantías para su posterior vinculación en el ámbito laboral. · Nivel de actualidad de los contenidos del plan de estudios con respecto a su desempeño laboral. · Grado de coherencia del plan de estudios y sus contenidos con relación a su desempeño laboral.

(Cárdenas, Granados y Sánchez, U.P.T.C. 2016)

La anterior tabla, presenta los indicadores a tener en cuenta en la medición de la pertinencia social del programa A.T.H., a partir de los cuatro aspectos del CNA pertenecientes a la característica tres y de las percepciones a tener en cuenta de los estamentos a consultar, los cuales son: graduados (2008-2016), empleadores y expertos en Turismo, Hotelería y Administración.

Al tener en cuenta los cuatro aspectos del CNA mencionados anteriormente en el marco de referencia, estos derivaron a su vez en el perfil profesional y las competencias profesionales que plantea la Escuela de A.T.H., de esta manera se plantearon los indicadores propuestos en las características de competencia profesional, formación integral y plan de estudios. Con respecto a la vinculación de los diferentes estamentos a consultar, resultaron los indicadores que expresa la característica de empleabilidad principalmente y de igual manera se complementaron todos en su conjunto, para lograr una mejor evaluación del programa en cuanto a pertinencia social.

3.5.2. Instrumentos de recolección de datos

Tabla 4 *instrumentos de recolección de datos*

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS		
	<i>Recolección de datos Primarios</i>	<i>Recolección de datos secundarios</i>
Observación	<ul style="list-style-type: none"> · Simple · Participante 	<ul style="list-style-type: none"> · Bibliográfica
Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> · No estructuradas · Guiadas o por pautas · Focalizada · Formalizadas · Informal 	<ul style="list-style-type: none"> · Textual · De contenido
Cuestionario de auto aplicación		Ficha
Test psicológico		<ul style="list-style-type: none"> · De resumen
Diagrama psicométrico		
Sociograma		
Técnicas proyectivas		<ul style="list-style-type: none"> · Mixtas
Panel		
Encuesta		

(Se toma como base lo propuesto por Sabino, 1992, pp, 108-120)

La presente tabla, comprende un esquema de la totalidad de instrumentos de recolección de datos propuestos por Sabino en su libro, El proceso de investigación, de los cuales se tienen en cuenta tres particularmente, que serán mencionados seguidamente.

Los instrumentos que se privilegian en la presente investigación para la recolección de datos son principalmente, la encuesta, la entrevista y las fichas. A continuación se realiza la explicación correspondiente de dichos instrumentos de acuerdo al tipo de datos a recolectar ya sean primarios o secundarios.

3.5.2.1 Encuesta:

En la encuesta, Sabino (1992) afirma que “se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos”(p.77). Esta será aplicada principalmente a los graduados ya que se tiene la facilidad de aplicarla tanto por vía web como personalmente.

Este instrumento de recolección de datos, fue aplicado a las muestras tanto de graduados como de empleadores, utilizando un formato de preguntas específico para cada uno. A continuación se presenta la estructura del documento correspondiente a los cuestionarios:

Tabla 5 *Información de la estructura de la encuesta a graduados.*

	Objetivo	N° preguntas
<i>Encabezado</i>	Contextualizar al graduado con el objetivo de la investigación y garantizar la total reserva y confidencialidad de la información brindada.	---
<i>Empleabilidad</i>	Identificar la situación laboral actual del graduado teniendo en cuenta sus ingresos salariales, la organización en la que se desempeñan y a su vez teniendo en cuenta el emprendimiento y la falta de trabajo.	8

Competencias	Determinar si las competencias propuestas por la Escuela de ATH, fueron adquiridas con éxito en la formación académica y han tenido impacto en su posterior desempeño profesional.	1
Plan de Estudios	Calificar cada uno de los factores que corresponden al plan de estudios específicamente las asignaturas y demás actividades que hacen parte de la formación académica y si estas cumplieron con lo encontrado en la realidad laboral.	4
Datos Específicos	Identificar información particular que corresponde a cada graduado en específico y permite diferenciar y agrupar la información, como los son, el año de graduación y estudios de posgrado.	2
Identidad con la institución educativa	Determinar el impacto de la institución en el posterior desempeño profesional del graduado.	1
Adicionales	Recolectar la opinión personal que tiene cada graduado por medio de un espacio en el que puede expresar comentarios adicionales y definir si está interesado en conocer los resultados de la investigación.	2 (Espacios Adicionales)
Número total de preguntas		16 (2 Adicionales)

En esta tabla se exponen los objetivos que se desean cumplir con las preguntas realizadas a los graduados, divididas por ítems completamente explicados y el número de preguntas correspondientes. Para consultar el instrumento completo ver **Anexo 1**.

Tabla 6 Información de la estructura de la encuesta a empleadores.

	Objetivo	Nº preguntas
Encabezado	Contextualizar al graduado con el objetivo de la investigación y garantizar la total reserva y confidencialidad de la información brindada.	---
Información general	Conocer las características principales de la organización como: el nombre, ubicación, sector y ámbito de la empresa.	2 (2 ítems)

Contratación	Determinar el nivel de importancia que tienen los criterios propuestos al momento de realizar la contratación y adicionalmente conocer si en los últimos 5 años ha tenido pasantes del programa A.T.H. y también si ha contratado graduados de la escuela.	2
Graduados ATH	Identificar el nivel de satisfacción y la percepción que los empleadores tienen del graduado de ATH y también que piensan a cerca de la Escuela de ATH. Adicionalmente, se tiene en cuenta cuales son las recomendaciones que tiene que hacer a cerca de las habilidades que deben poseer y mejorar.	6
Competencias profesionales	Conocer la importancia que tienen las competencias profesionales propuestas para los empleadores.	1
Adicionales	Recolectar las opiniones puntuales y personales que tienen los empleadores con respecto a los técnicos y tecnólogos frente a los profesionales en Administración Turística y Hotelera. Adicionalmente se tiene un espacio para comentarios, observaciones o recomendaciones adicionales.	1
Número total de preguntas		12 (2 Ítems)

Esta tabla presenta el número de preguntas con su respectiva agrupación en donde se realiza la explicación del enfoque de cada una de estas. Para consultar el instrumento completo ver **Anexo 2.**

3.5.2.2. Entrevista:

En la entrevista, Sabino (1992) afirma, “que en esencia consiste en una interacción entre dos personas, una de las cuales Bel investigadorB formula determinadas preguntas relativas al tema en investigación, mientras la otra Bel investigadoB proporciona verbalmente o por escrito la información que le es solicitada”(p.111). Este instrumento será dirigido a los expertos y se aplicara de manera personalizada.

3.5.3. Validación de los instrumentos de recolección de datos

Para los instrumentos elaborados tanto las encuestas como la entrevista se realizó la validación correspondiente. En el caso de las encuestas se llevó a cabo una prueba piloto de la cual resultaron diversas correcciones que fueron realizadas, para posteriormente efectuar un panel de expertos

conformado por un lingüista, un sociólogo y una investigadora, los cuales evaluaron los instrumentos dando como resultado las siguientes correcciones.

Tabla 7 *Correcciones del panel de expertos a la encuesta de los graduados.*

INSTRUMENTO GRADUADOS	
Pregunta	Observación
1	<ul style="list-style-type: none"> · Cambiar de acuerdo a, por, de acuerdo con. · Resolución 99 – 2009. Homologación · La pregunta es demasiado fuerte para romper el hielo. · Cambiar la palabra Malo del cuadro de respuesta. · Reformular la pregunta puede comenzar con la palabra relacione. · Las opciones de la tabla están descritas de una manera maniquea.
2	<ul style="list-style-type: none"> · Se recomienda dividir el ítem de comunicación de un segundo idioma en dos: oral y escrita. Esto se debe a que se están presentando dos preguntas en una. · Aclara lo que se refiere a habilidades gerenciales. · Aclara el ítem de conocimiento y aplicación de normas de calidad, porque también se presentan dos preguntas en una. · Tener en cuenta que el perfil profesional ha cambiado del 2008 al 2015.
3	<ul style="list-style-type: none"> · Incluir en los ítems de respuesta el manejo del personal.
5	<ul style="list-style-type: none"> · Tener en cuenta que el plan de estudios ha cambiado, se observa que incluir administración y organizaciones resulta redundante y ambiguo.
6	<ul style="list-style-type: none"> · Se debe re organizar la pregunta explicando que se tiene actualmente, para poder formularla.
8	<ul style="list-style-type: none"> · Incluir la opción de otros.
9	<ul style="list-style-type: none"> · Incluir en las opciones de respuesta el manejo de un segundo idioma.
11	<ul style="list-style-type: none"> · Es importante incluir la recomendación personal y por concurso.
Generales	<ul style="list-style-type: none"> · Sería bueno tener en cuenta las relaciones interpersonales y los vínculos con la comunidad, en el instrumento. · Incluir más ítems sobre emprendimiento, el trabajo independiente. · Es importante tipificar año de graduación para poder romper el hielo, utilizarla como primera pregunta. · Especificar entre paréntesis A.T.H y U.P.T.C, en el encabezado de la encuesta. · Revisar que ítems nos puede brindar la oficina de egresados de Tunja como los salarios y demás para procurar no repetir información. · Es bueno por ética preguntar a los encuestados si les interesa conocer los resultados de la investigación. · Tener el consentimiento para realizar la encuesta. · Revisar las preguntas del observatorio laboral.

En la presente tabla se pueden observar las diferentes correcciones realizadas por el panel de expertos, especificadas para cada pregunta. Para ver el instrumento final Anexo 1.

Tabla 8 *Correcciones del panel de expertos a la encuesta de los empleadores*

INSTRUMENTO EMPLEADORES	
Preguntas	Observación
3	· A que se refiere el tema de habilidades gerenciales.
6	· En la formulación de la pregunta reemplazar los por en.
9	· Tratar de cambiar la palabra importancia y evita poner marque con una X, ya que esto se relaciona con cosas negativas.
	· Al redactar la pregunta hizo falta el artículo de.
	· Incluir aspectos inherentes a la personalidad de las personas.
10	· Cambiar la palabra debilidad por aspectos a mejorar.
11	· Incluir en las competencias el don de gentes, estilo personal cosas subjetivas.
	· Compromiso ético y el tema de plantear y resolver problemas.
	· Preguntar si la persona es independiente, posee su propia empresa.
Generales	· Tener en cuenta el permiso de consentimiento para obtener la información y preguntarle al empresario si desea obtener los resultados de la investigación.

La tabla presenta las diferentes correcciones realizadas por el panel de expertos, al instrumento de los empleadores. Para ver el instrumento en su totalidad, ver Anexo 2.

Con respecto a la entrevista, se llevó a cabo un encuentro con una periodista de la emisora de San Gil la Cometa, quien se encargó de realizar los comentarios y correcciones correspondientes y de igual manera se llevó a cabo una prueba piloto, entrevistando a la directora del Instituto de Cultura y Turismo la Administradora Turística y Hotelera, Celmira Pereira Franco.

3.4. Recolección de datos primarios.

La información primaria será proporcionada por los graduados (2008-2016), empleadores y expertos en Turismo y Hotelería, seleccionando como instrumentos para esta recolección la entrevista y encuesta.

3.4.1. Aplicación de instrumentos de recolección de datos.

En la aplicación de las encuestas dirigidas a los graduados y empleadores, para la recolección de datos primarios, se realizaron las siguientes actividades:

Los dos instrumentos (encuestas) se digitalizaron para proceder a enviarlas por medio de correos personalizados, de la siguiente manera:

Primero que todo, el departamento del GOS Dirección de las Tecnologías y Sistemas de Información y las Comunicaciones, de la UPTC, procedió a enviar los debidos correos personalizados a los graduados (2008-2016) de acuerdo a la base de datos confidencial que poseen. Por otro lado, las investigadoras que desarrollan la presente propuesta realizaron una difusión de este instrumento por medio de redes sociales, el correo de graduados brindado por la universidad, redes de contacto de profesores y voz a voz. Así mismo, se procedió a enviar la encuesta dirigida a los empleadores los cuales fueron contactados a través de los graduados.

Segundo, se realizaron visitas puerta a puerta a los graduados ubicados en las ciudades de: Duitama, Sogamoso, Tibasosa, Tunja, Villa de Leyva, Paipa y San Gil. Estos recorridos se llevaron a cabo por las dos investigadoras, ubicando a los graduados voz a voz y procediendo a la visita de los establecimientos donde se encontraban e igualmente se visitaron la mayoría de lugares en los cuales se pudiera encontrar posiblemente un graduado de la Escuela Administración Turística y Hotelera.

Tercero, se llevó a cabo contacto vía telefónica con los diferentes establecimientos en donde se encontraban los graduados para poder ubicar a los empleadores en cuestión para solicitarles el diligenciamiento de la encuesta correspondiente. De igual manera, se realizaron visitas a los establecimientos para lograr el diligenciamiento del instrumento.

En la aplicación de las entrevistas a los Expertos en Turismo y Hotelería, se procedió de la siguiente manera:

Contacto vía telefónica con las diferentes organizaciones para ubicar al experto en cuestión, seguidamente se procedió a enviar la solicitud vía web, esperando una cita acordada.

Aplicación de las entrevistas personalmente, en la fecha, hora y lugar acordado, que en su mayoría se realizaron en la ciudad de Tunja.

Finalmente se enviaron aproximadamente 1.000 correos y se realizaron 100 llamadas telefónicas que tenían como objetivo el recolectar la información pertinente.

A continuación se presenta la información profesional correspondiente a cada entrevistado:

Tabla 9 Datos de la experta por COTELCO

COTELCO	
<i>Entrevistado:</i>	Martha Lucía Corredor
<i>Profesión:</i>	Administradora de Empresas Turísticas y Hoteleras
<i>Institución de formación:</i>	Universidad Externado de Colombia.
<i>Ocupación:</i>	Directora ejecutiva de COTELCO – Boyacá
<i>Donde Labora:</i>	Asociación Turística y Hotelera de Colombia. COTELCO.
<i>Lugar:</i>	COTELCO Boyacá – Tunja.
<i>Fecha:</i>	Marzo 10 del 2017
<i>Duración:</i>	20 minutos.
<i>Entrevistadoras:</i>	Carol Milena Cárdenas Hormiga y Edith Rubiela Sanchez García.
<i>Puntos a resaltar del curriculum del entrevistado:</i>	<p>Directora de Turismo de Tunja.</p> <p>Gerente del fondo mixto de turismo de Boyacá.</p> <p>Directora de Turismo del departamento de Boyacá.</p> <p>Instructora SENA en Turismo y Hotelería.</p> <p>Directora y gerente de círculo de viajes.</p> <p>Gerente de zona de SaludCoop.</p> <p>Pasantía universidad Politécnica de Valencia en Planificación y promoción turística.</p> <p>Introducción a la cata de vinos. Argentina – Buenos Aires.</p> <p>Diplomados en eventos y gerencia hotelera.</p>
<i>COTELCO:</i>	<p>Misión: La Asociación Hotelera y Turística de Colombia - COTELCO es un gremio federado con amplia trayectoria, reconocimiento y presencia nacional que representa y apoya los intereses del sector hotelero y turístico colombiano fortaleciendo su competitividad y productividad mediante la prestación de servicios que permitan dar respuesta a las necesidades de nuestros afiliados y del turismo en general. (Asociación Hotelera y Turística de Colombia – [COTELCO])</p>
<i>Descripción de su trabajo:</i>	<p>Representar al gremio hotelero a nivel departamental y promocionar tanto a los Hoteles de COTELCO como al destino.</p> <p>Conseguir afiliados y diseñar capacitaciones a la medida para los empresarios del sector.</p>

En esta tabla se muestran los datos profesionales correspondientes a la experta en cuestión de Hotelería entrevistada para el presente estudio.

Tabla 10 Datos de la experta por el SENA

SENA	
<i>Entrevistado:</i>	María Clemencia Pérez
<i>Profesión:</i>	Administradora Turística y Hotelera
<i>Institución de formación:</i>	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
<i>Ocupación:</i>	Coordinadora académica de Turismo, gastronomía, articulación de media programa Ser.
<i>Donde Labora:</i>	Servicio Nacional de Aprendizaje SENA – Tunja, Boyacá.
<i>Lugar:</i>	SENA, Tunja – Boyacá.
<i>Fecha:</i>	Marzo 16 del 2017
<i>Duración:</i>	12 minutos.
<i>Entrevistadoras:</i>	Carol Milena Cárdenas Hormiga y Edith Rubiela Sanchez García.
<i>Puntos a resaltar del curriculum del entrevistado:</i>	<p>Especialización en gerencia de proyectos. UPTC.</p> <p>Maestría en Administración.</p> <p>Doctorado en eventos.</p> <p>OPC.</p> <p>Instructora SENA, líder de evaluación y certificación de competencias laborales (auditoría).</p>
<i>SENA:</i>	<p>Misión: El SENA está encargado de cumplir la función que le corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos, ofreciendo y ejecutando la formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país. (Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA]).</p>
<i>Descripción de su trabajo:</i>	<p>Coordina instructores que correspondan a las áreas de gastronomía y turismo.</p> <p>Manejar el presupuesto correspondiente a las áreas que se tienen a cargo.</p> <p>Llevar acabo el establecimiento y cumplimiento de metas.</p> <p>Capacitar en cuanto a las nuevas tendencias que se estén dando al personal.</p> <p>Hacer parte de los consejos provinciales de turismo.</p> <p>Mantener en regla el registro calificado.</p>

En la presente tabla se aprecia la información profesional de la entrevistada por parte del SENA.

Tabla 11. Datos del entrevistado por ANATO

ANATO	
<i>Entrevistado:</i>	Sebastián Davies.
<i>Profesión:</i>	Ingeniero en Audio.
<i>Institución de formación:</i>	Universidad Nacional de Lanus – Argentina.
<i>Ocupación:</i>	Representante para consejos de ANATO capítulo central
<i>Donde Labora:</i>	Boyacá Tours L´alianxa.
<i>Lugar:</i>	Boyacá Tours L´alianxa – Tunja.
<i>Fecha:</i>	Abril 3 del 2017
<i>Duración:</i>	26 minutos.
<i>Entrevistadoras:</i>	Carol Milena Cárdenas Hormiga y Edith Rubiela Sanchez García.
	Representante para consejos de ANATO capitulo central.
<i>Puntos a resaltar del curriculum :</i>	Especialización en Agencias de Viajes.
	Especialización en Alta gerencia de Agencias de Viajes.
<i>ANATO:</i>	<p>La Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo- ANATO es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter gremial que representa, defiende y promociona los intereses generales del turismo y de las Agencias de Viajes en Colombia. Creada el 20 de octubre de 1949, está conformada por Agencias Asociadas en todo el territorio nacional con 9 capítulos de representación, consolidando el sector y la agremiación como la entidad de más amplio reconocimiento nacional por el desarrollo de su gestión (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo [ANATO]).</p>
<i>Descripción de su trabajo:</i>	<p>Representar a Boyacá en los consejos de ANATO capítulo central.</p> <p>Administrar la agencia de viajes Boyacá Tours L´alianxa.</p>

Los datos encontrados en la presente tabla, corresponden al experto por ANATO.

Tabla 12 Datos del entrevistado por el Gobierno

GOBERNACIÓN	
<i>Entrevistado:</i>	Antonio Leguizamo Díaz.
<i>Profesión:</i>	Administrador Turístico y Hotelero.
<i>Institución de formación:</i>	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
<i>Ocupación:</i>	Director de Turismo de Boyacá.
<i>Donde Labora:</i>	Gobernación de Boyacá.
<i>Lugar:</i>	Gobernación de Boyacá - Tunja.
<i>Fecha:</i>	Marzo 31 del 2017

<i>Duración:</i>	20 minutos.
<i>Entrevistadoras:</i>	Carol Milena Cárdenas Hormiga y Edith Rubiela Sanchez García.
<i>Puntos a resaltar del curriculum:</i>	Especialista en Gerencia de Mercadotecnia. Catedrático en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
<i>Secretaría de Cultura y Turismo:</i>	Misión: Nuestro compromiso es brindar un servicio público de calidad, con la implementación de sólidas bases de desarrollo sostenible, humano y ambiental, mediante procesos de participación, liderazgo público y gestión estratégica; apropiación de valores y articulación de políticas, tendencias a mejorar las condiciones de vida de la población. (Gobernación de Boyacá, 2012)

En la presente tabla, encuentran los datos profesionales del entrevistado por la Gobernación.

Tabla 13 Datos experta en Turismo de PROCOLOMBIA

PROCOLOMBIA	
<i>Entrevistado:</i>	Nancy Jazmín Díaz Cortez.
<i>Profesión:</i>	Administrador Turístico y Hotelero.
<i>Institución de formación:</i>	Universidad Externado de Colombia.
<i>Ocupación:</i>	Vice Presidenta del Sector Turismo en PROCOLOMBIA.
<i>Donde Labora:</i>	PROCOLOMBIA.
<i>Lugar:</i>	PROCOLOMBIA - BOGOTÁ.
<i>Fecha:</i>	Marzo 8 DEL 2017.
<i>Duración:</i>	40 minutos.
<i>Entrevistadoras:</i>	Carol Milena Cárdenas Hormiga y Edith Rubiela Sanchez García.
<i>Puntos a resaltar del curriculum del entrevistado:</i>	2016 Ganadora del estímulo por competencia de Orientación al Logro 2016. 2016 Merecedora del acompañamiento de la misión de Sostenibilidad de playas con República Dominicana. 2014 Merecedora de la beca a Tailandia, para acompañar la agenda de inspección y aprendizaje en este país con el objetivo de identificar las estrategias de desarrollo turístico de Tailandia y establecer un benchmarking acorde con la oferta turística de Colombia
<i>PROCOLOMBIA</i>	PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticos y la imagen del país.

Identificar nuevas empresas que aporten a la internacionalización y la promoción del país a nivel nacional.

Orientar y asesorar a los empresarios en el diseño y estructura de planes de negocios en temas de formalización, diseño de paquete, técnicas de negociación, planeación estratégica, captación de eventos y gestión del turismo de reuniones, entre otros.

Diseñar el plan de trabajo de las empresas de forma personalizada, de acuerdo al nivel del proceso de internacionalización en que se encuentre, basados en el proceso de validación de las empresas.

Descripción de su trabajo:

Asesorar a entidades departamentales en temas de desarrollo de: experiencias y nuevos productos turísticos, estrategias de integración de los diferentes actores de la cadena de valor encaminados a la promoción internacional

Apoyar al programa de formación exportadora de turismo en la formulación de nuevos contenidos y orientación presencial como conferencista a nivel nacional.

Atender al público en calidad de usuarios con consultas en materia de turismo.

Acompañar y asesorar en los diferentes proyectos de turismo entre las áreas transversales de la entidad, que encaminen a la productividad de las empresas y al mejoramiento continuo de la entidad.

En la presente tabla, encuentran los datos profesionales del entrevistado de PROCOLOMBIA.

3.5. Recolección de datos secundarios.

Como herramientas para la recolección de estos datos se utilizó la búsqueda en bases de datos vía web y en la biblioteca institucional. Los instrumentos para recolectar dichos datos fueron las fichas textuales en las cuales se encontraba la información general del documento consultado como alguna información citada textualmente.

3.6. Calificación del nivel de pertinencia

La calificación de la pertinencia se lleva a cabo por medio de los indicadores, los cuales se dividen en 3 tipos diferentes: Indicadores por competencias, indicadores de empleabilidad e indicadores del plan de estudios. Estos indicadores tienen una forma particular de ser medidos la cual será abordada en el respectivo capítulo, de igual manera se realiza la aclaración de que ciertos indicadores pasan a tener un nivel de medición de acuerdo al criterio de las investigadoras, ya que el

presente proyecto es una investigación de tipo Cualitativa pero que se apoya en herramientas cuantitativas al momento de calificar los indicadores, lo cual genera obstáculos con algunos indicadores ya que estos se miden por medio de escalas que pretenden cuantificar percepciones y por lo tanto, en algunos casos no es posible evaluarlos a todos de la misma manera.

Por último, se lleva a cabo la calificación de cada indicador de manera cuantitativa utilizando la mediana ya que esta es una medida de tendencia central expresada en términos de mitades exactas o para el presente estudio de 50%, lo cual permite hacer una equivalencia entre todos los indicadores y sus escalas de medición, para luego obtener la media o promedio de estas medianas, la cual será utilizada como nivel de medición de la Pertinencia Social, dando como resultado que los indicadores que no superen esta medida, no son tenidos en cuenta para la puntuación final y son identificados como indicadores de bajo nivel de cumplimiento.

3.7. Desarrollo de los cuatro aspectos de la característica 3 propuestos por el CNA

En la siguiente tabla se plantea cada uno de los aspectos de la característica 3. Relevancia académica y pertinencia social del programa y las actividades que se desarrollaron en el presente proyecto para desarrollarlos.

Tabla 14 Aspectos del CNA y actividades

Característica 3. Relevancia académica y pertinencia social del programa	
Aspecto	Actividad
I. Estudios orientados a identificar las necesidades y requerimientos del entorno laboral (local, regional y nacional) en términos productivos y de competitividad, tecnológicos y de talento humano. Acciones del programa para atenderlos.	<ul style="list-style-type: none"> · Entrevistas dirigidas a los expertos en Turismo y Hotelería. · Encuestas realizadas a los empleadores. · Caracterización del perfil profesional del graduado de ATH, a partir de la información recolectada por los expertos y empleadores. · Encuesta a graduados (2008-2016).
II. Correspondencia entre el perfil laboral y ocupacional del sector y el perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> · Caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H. a partir de la recolección de datos primarios

expresado en el Proyecto Educativo del Programa.

proporcionados por los expertos pertenecientes a las entidades: PROCOLOMBIA, ANATO, SENA, COTELCO, Gobernación de Boyacá (Dirección de turismo) y empleadores.

III. Estudios y/o proyectos formulados o en desarrollo, que propendan por la modernización, actualización y pertinencia del currículo de acuerdo con las necesidades del entorno.

- Encuesta dirigida a los graduados de ATH (2008-2016), (Pregunta 6).
- Indicadores propuestos para la evaluación de la pertinencia social del programa ATH. (Indicadores del Plan de estudios).

IV. Estudios actualizados sobre las necesidades formativas en la región de influencia del programa.

- Encuestas a empleadores (87.8% de los encuestados pertenecen al departamento de Boyacá).
- Entrevistas a expertos en turismo y hotelería (Sena - Tunja, Cotelco – Boyacá, Anato – Boyacá, Dirección de turismo de Boyacá) .
- Encuestas a graduados ATH (2008-2016).
- Caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H.

Aspectos del CNA y actividades desarrolladas en torno a estos. Fuente: Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, (Cárdenas, Granados y Sánchez, 2017).

4. Capítulo 3: Análisis descriptivo

Con intención de lograr una mejor comprensión de los resultados que se obtendrán en la presente investigación, se hace indispensable contextualizar al lector por medio de las siguientes variables que serán tratadas a partir de un análisis estadístico descriptivo y que corresponden a la población de graduados de Administración Turística y Hotelera (2008-2016), ya que de esta se tiene el marco muestral, y así mismo como de la muestra de graduados y empleadores.

4.1. Análisis población de graduados.

Para este estudio se tomó una población de 542 graduados de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, titulados en el periodo de tiempo comprendido entre el primer semestre del año 2008 al segundo semestre del 2016.

La información que se presenta a continuación por medio de gráficas y tablas de frecuencia, fue solicitada a la Dirección de las Tecnologías y Sistemas de Información y las Comunicaciones (GOS) por medio de una carta aprobada y firmada por la Directora de Escuela Tannia Álvarez Meneses, ya que esta información esta explícitamente utilizada con fines institucionales.

Tabla 15 *Graduados por año (2008-2016)*

Año de graduación	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Numero de graduados	46	65	56	61	57	56	82	42	77	542

Número de graduados según el año de promoción. Fuente: Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

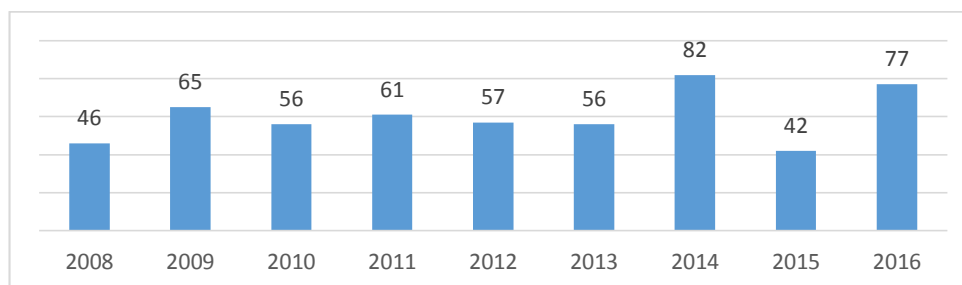


Figura II. Número de graduados por año de graduación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

La Escuela expidió el título de 542 profesionales en Administración Turística y Hotelera desde el año 2008 hasta el 2016; el porcentaje más alto de graduados en este periodo es de 15,1% que corresponde al año 2014; seguido por el año 2016 en el cual se graduaron 77 personas correspondientes a un 14,2% de la población y el porcentaje más bajo de graduados pertenece al año 2015 por lo que se evidencia una disminución respecto al año anterior.

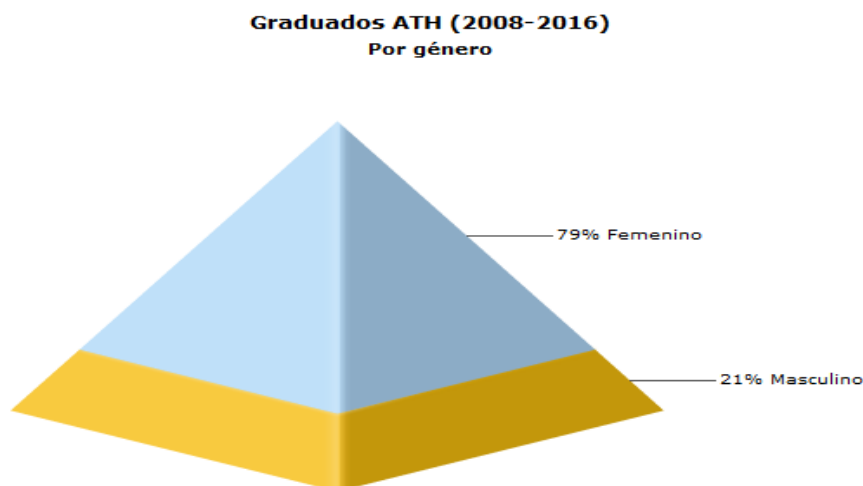


Figura III Graduados ATH (2008-2016) según el género. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), Mayo 2017.

De los 542 graduados el 79% corresponde al número de mujeres graduadas y solo el 21% pertenece a los 112 graduados de género masculino.

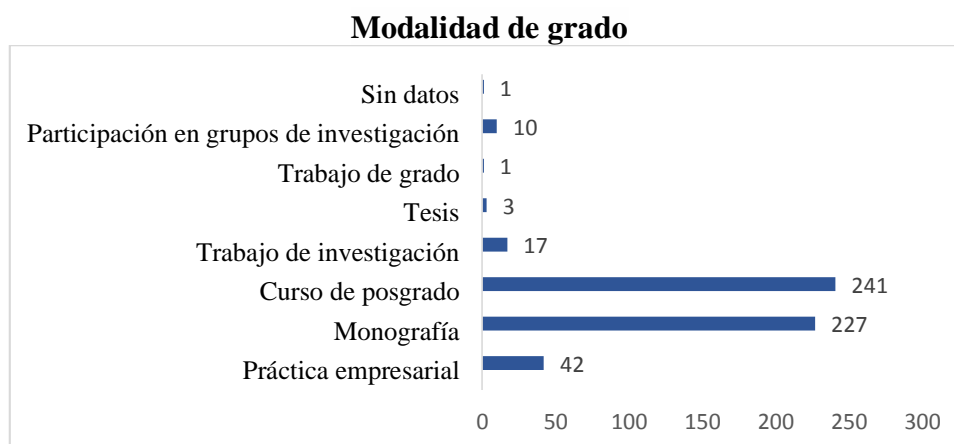


Figura IV Modalidad de grado. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

La tendencia a cerca de la modalidad de grado del periodo (2008 al 2016) se enfocó principalmente en realizar estudios de posgrado por parte de 241 graduados que equivalen a un 44,5%. En segundo lugar está ubicado el desarrollo de la monografía como se evidencia en el grafico anterior representado en un 41,9% con tan solo 2,6 puntos de diferencia de la primera; cabe resaltar que en general las otras modalidades son poco utilizadas por los graduados, pero la que menos se destaca es el trabajo de grado correspondiente a un 0,2% es decir, que de los 542 graduados solo uno desarrollo un trabajo de grado.

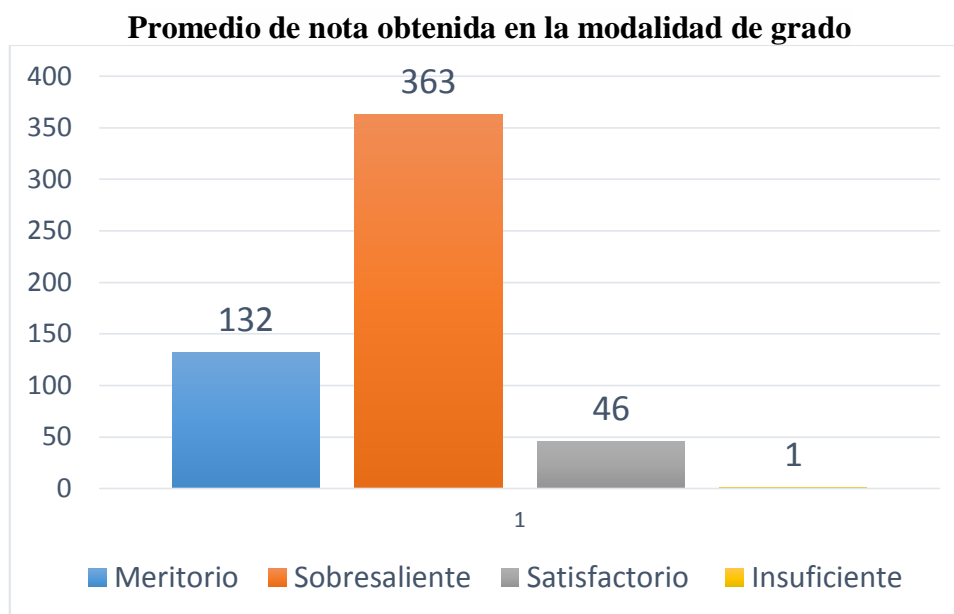


Figura V. Nota obtenida modalidad de grado. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

De 542 graduados 363 obtuvieron la nota sobresaliente que equivale a un 67% siendo más de la mitad de la población y aunque la nota de satisfactorio equivale solo al 8,5% se evidencia que tiene un mayor porcentaje de participación la nota meritoria con un 24,4% de la población.

4.2 Análisis de las muestras.

4.2.1. Muestra de graduados.

Para el presente estudio se determinó una muestra de 169 graduados por medio del método de muestreo aleatorio simple, los graduados en este caso son tomados como evaluadores de la formación

académica recibida por parte de la Escuela de Administración Turística y Hotelera tomando como punto de referencia las disposiciones del Consejo Nacional de Acreditación en la característica 3 *pertinencia social del programa*, de las cuales, específicamente se toman 4 de los nueve aspectos ya que estos están directamente relacionados con las competencias profesionales, la empleabilidad y la satisfacción con la formación recibida por medio del plan de estudios.

Por otra parte, ubicar a los graduados fue un proceso arduo y que tomo bastante tiempo debido a que la Escuela no cuenta con una base de datos actualizada con respecto a la trayectoria de los Administradores Turísticos y Hoteleros; y a pesar de que se contó con el apoyo de la U.P.T.C por parte del departamento de Aula Virtual en el montaje de la encuesta en el sistema y del departamento de Dirección de las Tecnologías y Sistemas de Información y las Comunicaciones (GOS) en la difusión de un correo electrónico que contenía la solicitud formal de apoyo a la investigación, se envió el vínculo de la encuesta a toda la población *graduados 2008-2016*, obteniendo un nivel de respuesta muy bajo; además, el software de la encuesta permite identificar el número completo de entradas a la plataforma así la persona no haya diligenciado la encuesta, de tal manera que 17 graduados ingresaron al sistema, revisaron la encuesta y tomaron la decisión de no responderla por motivos que se desconocen.

De tal manera, es importante aclarar que dentro de la muestra de 169 graduados se incluyeron estas 17 personas, que son tomadas como valores perdidos en las tablas de frecuencia pero que no son tomados como datos válidos al momento de graficar y tabular la información en el software SPSS.

También cabe resaltar, que a partir de lo anteriormente mencionado no fue posible cumplir con la rigidez que sugiere el muestreo aleatorio simple con respecto a encuestar específicamente a los graduados formulados por el sistema, ya que no se contaba con una base de datos clara y actualizada e igualmente los recursos económicos y humanos suficientes para poder realizar este tipo de proceso.

En consecuencia, es de aclarar que la muestra de 169 graduados está dividida entre las encuestas que se respondieron completamente, las incompletas y la no respuesta. A continuación se presenta una tabla con los datos.

Tabla 16 *Tipo de encuestas a graduados (2008-2016)*

Tipo de encuesta	Completa	Incompleta	No respuesta
Numero de encuestas	124	28	17

Número de encuestas a graduados (2008-2016). Fuente: Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Tabla 17 *Encuestas realizadas según el año de graduación*

Año de graduación	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	SR
Numero de encuestas diligenciadas	7	6	6	6	14	14	32	25	39	3

Encuestas realizadas según el año de graduación. Fuente: Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

La relación del año de graduación con las encuestas diligenciadas por los graduados, permite evidenciar que se tuvieron en cuenta todos los años comprendidos dentro del periodo de tiempo 2008 al 2016 el cual fue establecido para este estudio. Además, se determina una relación entre número de graduados con el número de encuestas diligenciadas en consecuencia a que los años 2014 y 2016 corresponden al mayor número tanto de graduados como el número de encuestas aplicadas.

Como se ha mencionado anteriormente, se obtuvo información de todos los años comprendidos dentro del periodo de tiempo seleccionado, lo que permite una posible comparación entre las percepciones que tienen los graduados de acuerdo a su promoción con respecto a mejoras que se han realizado y aspectos a fortalecer.

Tabla 18 Impacto de la normatividad y formación académica en el posterior desempeño profesional

Impacto de la formación académica	Nada determinante		Poco determinante		Algo determinante		Determinante			
	F	%	F	%	F	%	F	%	SR	NR
Escuela de ATH	12	7,9	22	14,6	55	32,5	62	41,1	1	17
Grupo docente	5	3,3	27	18	74	49,3	44	29,3	2	17
Normatividad disciplinaria	10	6,7	43	28,7	68	45,7	29	19,3	2	17
Normatividad académica	8	5,3	34	22,7	64	42,7	44	29,3	2	17

Impacto de la normatividad y formación académica en el posterior desempeño profesional. Fuente: Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

De las cuatro variables identificadas la escuela es la que más impacto ha tenido en el posterior desempeño profesional de los graduados con un 41,1% que corresponde a una frecuencia de 62 respuestas. A nivel general el grupo docente, la normatividad académica, y la normatividad disciplinaria han impactado de manera positiva y con porcentajes similares.

Impacto de la formación académica en el posterior desempeño profesional

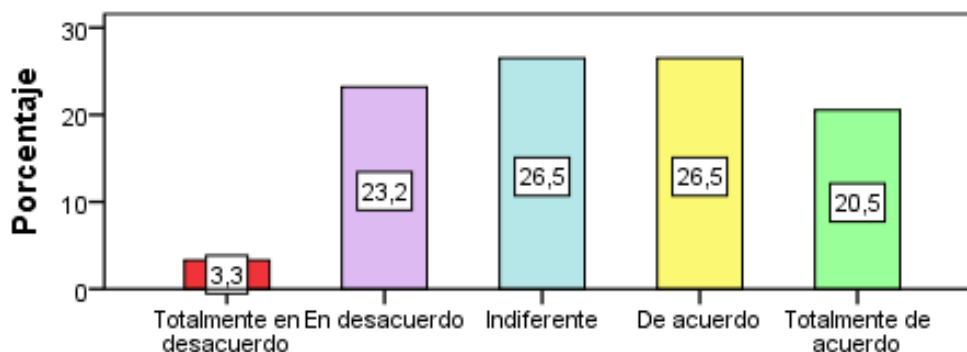


Figura VI. Impacto de la formación académica. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

El perfil profesional del graduado de ATH se enfoca en el manejo de un segundo idioma, habilidades gerenciales, grado de conocimiento en la aplicación de normas de calidad, destreza en manejo de software y el trabajo en equipo, de esta manera se determina que:

El 3,3% corresponde a los graduados que consideran el menor nivel de impacto siendo el porcentaje más bajo, pero los siguientes cuatro niveles de medición se encuentran por encima del 20%

y no superior al 30% es decir, los datos se encuentran muy dispersos lo que reduce las posibilidades de determinar el nivel real de impacto que ha tenido la formación profesional en el posterior desempeño laboral.

Tabla 19 *Grado de coherencia del plan de estudios*

<i>Grado de coherencia</i>	<i>1</i>		<i>2</i>		<i>3</i>		<i>4</i>		<i>5</i>		<i>SR</i>	<i>NR</i>
	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>		
Prácticas académicas	12	7,9	21	13,9	29	19,2	40	26,5	49	32,5	1	17
Laboratorios	10	6,6	14	9,3	45	29,8	40	26,5	42	27,8	2	17
Desempeño laboral	19	12,6	26	17,2	52	34,4	26	17,2	28	18,5	2	17
Manejo de personal	18	11,9	31	20,5	41	27,2	28	18,5	33	21,9	2	17

Grado de coherencia del plan de estudios. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Teniendo en cuenta que 5 es el mayor y 1 es el menor grado de coherencia; Se identifica a las prácticas académicas en el nivel más alto respecto al plan de estudios, lo cual es representado con un 32,5% siendo este superior al de las otras variables. Además se evidencia que el 34,4% corresponde a la mayor frecuencia la cual está ubicada en el rango 3 de la medición.

Importancia de la pasantía para la vinculación al ámbito laboral

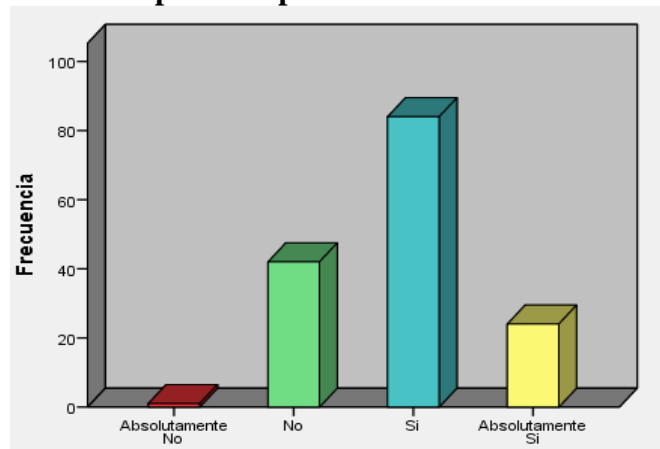


Figura VII Importancia de la pasantía para la vinculación al ámbito laboral. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Se evidencia una variación positiva acerca de la importancia que tiene la pasantía al momento de la vinculación laboral la cual está representada con un 81,5% constituido por las respuestas si y absolutamente sí.

Tiempo para lograr su primer empleo

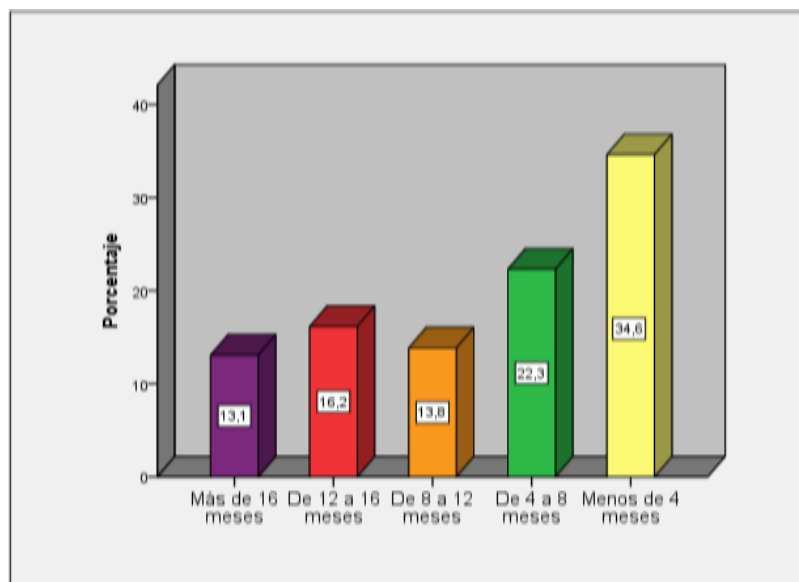


Figura VIII Tiempo para lograr su primer empleo. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

El 56,9% de los graduados consiguió empleo en menos de 8 meses; Mientras que el 29,3% tardó más de 1 año para ingresar al medio laboral.

Estudios de Actualización

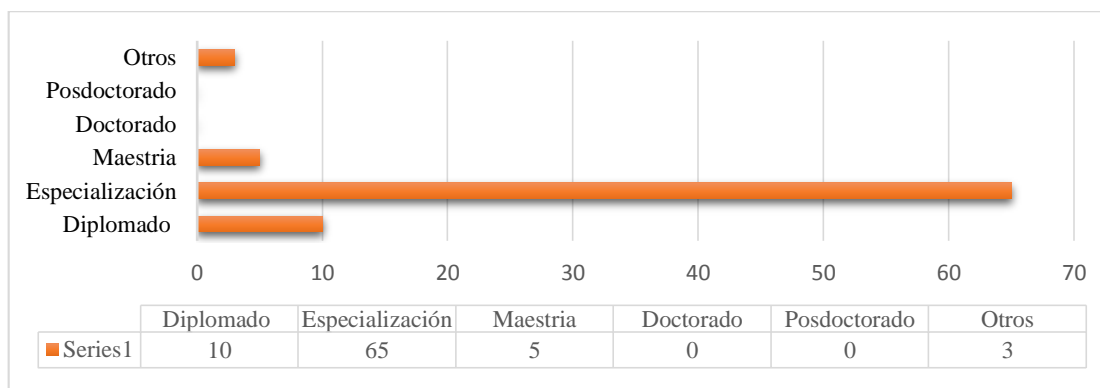


Figura IX Estudios de posgrado. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017

El 78,3 de los graduados han realizado especialización y para el caso de la maestría está constituido en el 12%, por otra parte, de los graduados encuestados ninguno ha realizado estudios de doctorado ni posdoctorado.

Tabla 20 *Dificultades obtener empleo*

Dificultades	Nº	Porcentaje
Edad	3	1,5%
Experiencia	67	34,4%
Universidad de origen	1	0,5%
Cargos muy competidos	17	8,7%
Renombre de la escuela ATH	8	4,1%
Manejo de un segundo idioma	42	21,5%
Salario	24	12,3%
Falta de tarjeta profesional	24	12,3%
Genero	2	1,0%
Otra	7	3,6%

Dificultades obtener empleo. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017

Es importante aclarar que esta pregunta fue estructurada para que el encuestado pudiera seleccionar varias respuestas (pregunta de selección múltiple), identificando la dificultad de mayor relevancia al momento de conseguir empleo.

Los graduados identifican que la principal dificultad para obtener empleo es la experiencia representada con un 34,4% y en segundo lugar el manejo de un segundo idioma con un 21,5%. Por otra parte, tanto el salario como la falta de tarjeta profesional están representadas con un 12,3%; además, la universidad de origen presenta el menor nivel de dificultad para obtener empleo.



Figura X. Nivel de empleabilidad. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017

El 72,5% de los graduados se encuentran vinculados en sector laboral mientras que el 27,5% se encuentran desempleados.



Figura XI. Nivel de emprendimiento. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

El nivel de emprendimiento se constituye por los graduados que han creado su propia empresa lo cual corresponde al 6,1%. Por otro lado, el 66,4% corresponde a los graduados que están laborando en una empresa que no es de su propiedad y para el caso de no aplica incluye a los graduados que se encuentran desocupados en términos de empleabilidad.

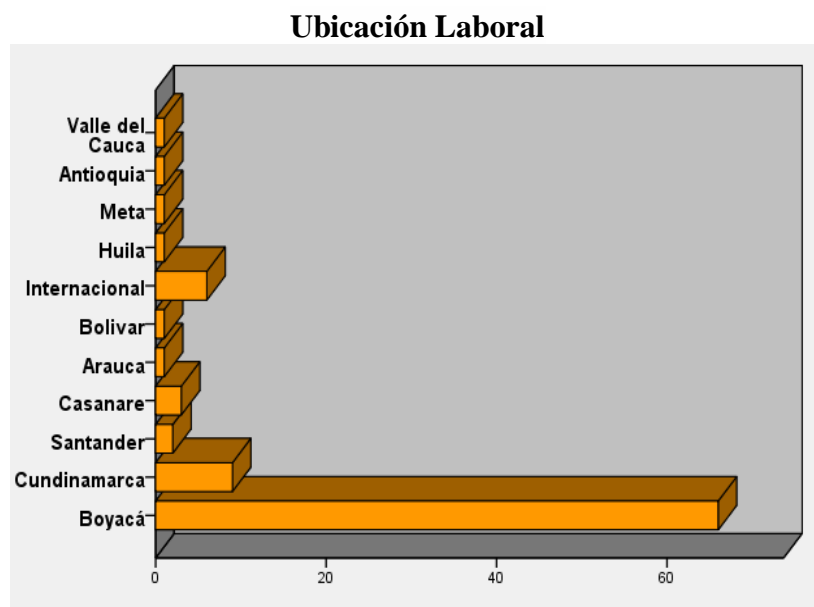


Figura XII. Ubicación laboral. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

La ubicación se clasifico por departamentos en donde se evidencia que el 51,6% de los graduados se encuentra trabajando en el departamento Boyacá, cabe aclarar que esta información de cierta manera estuvo influenciada debido a que hubo dificultades para lograr el diligenciamiento de la encuesta vía web, lo que llevo a ejecutar un trabajo de campo en las ciudades Sogamoso, Villa de Leyva, Duitama, Paipa , Tunja Y San Gil realizando visitas puerta a puerta a diferentes tipos de establecimientos principalmente a hoteles, agencias de viajes y restaurantes, para así lograr ubicar a los graduados y obtener nueva información.

En segundo lugar se encuentra Cundinamarca con un 7% y para el caso de los graduados que están ubicados en el exterior representan un 4,7%, los cuales se incluyeron en una sola variable (Internacional) por lo que se hace necesario una descripción de la ubicación en la siguiente gráfica:

Ubicación graduados fuera del país

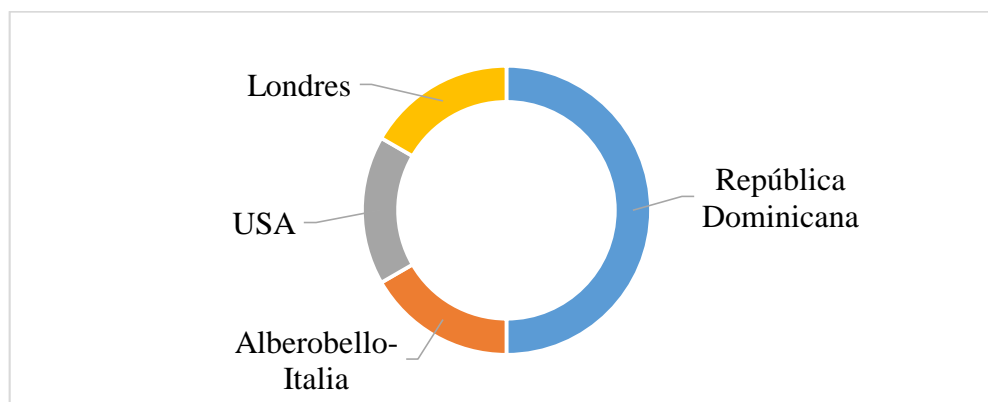


Figura XIII Graduados que trabajan fuera del país. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

De los 6 graduados que se encuentran trabajando fuera del país 3 está en República Dominicana y en, USA, Italia y Londres 1 por cada país. Para mayor información ver anexo 8

Área de desempeño laboral

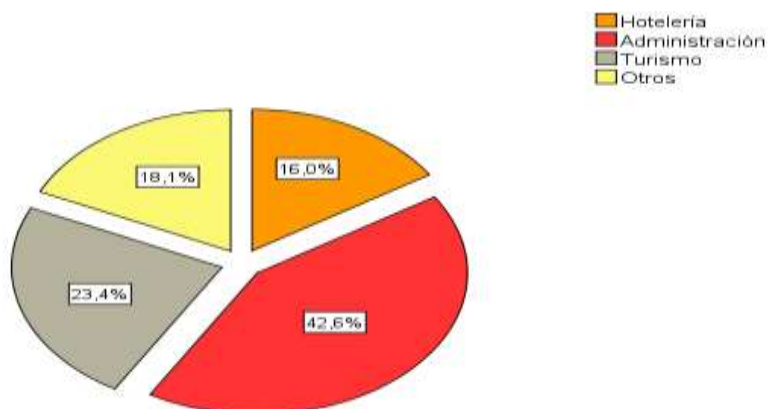


Figura XIV. Área de desempeño laboral. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Para identificar el área desempeño laboral se tuvo en cuenta las áreas de Administración, Turismo y Hotelería; de tal manera que la distribución de los graduados a cada una de las áreas fue determinada de acuerdo al cargo en el cual se están desempeñando.

De esta manera se evidencia que el 42,6% de los graduados ejercen su profesión en el área administrativa, por su parte el 23,4% trabajan en el área de turismo y el 16% en la hotelería; además, existe el 18,1% que es identificado como el porcentaje de graduados que no se desempeñan dentro del perfil profesional en el cual fue formado. Para más información ver anexo 8

Organización en donde se desempeña laboralmente

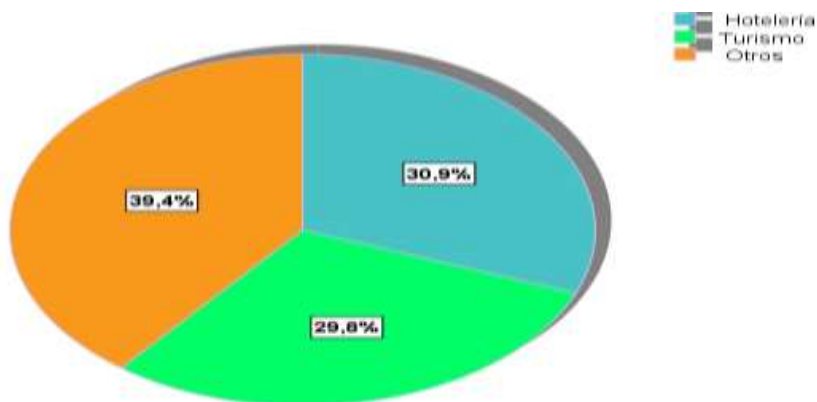


Figura XV. Organización en donde se desempeña laboralmente. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Se realizó una clasificación del tipo de organización en la que se desempeñan los graduados según los datos obtenidos en donde se divide en 3 sectores turismo, hotelería y otros.

Es de resaltar que el 60,7% de los graduados encuestados, se encuentran laboralmente vinculados en el sector del turismo que a su vez se encuentra conformado por la hotelería, lo cual indica que se están desempeñando de acuerdo al enfoque plasmado en el perfil profesional propuesto por la Escuela de ATH. Para mayor información ver Anexo 8.

Tabla 21 *Satisfacción con el plan de estudios*

Asignatura	Área administrativa					Perdidos		Media
	Frecuencia					SR	NR	
	1	2	3	4	5			
Contabilidad y costos	7	17	43	41	34	10	17	3.55
Finanzas	5	16	36	53	32	10	17	3.64
Mercadeo	4	16	37	48	26	21	17	3.58
Gestión del talento humano/ Administración Talento H	6	18	42	47	27	12	17	3.51
Sistemas Operativos como software	55	36	26	9	15	11	17	2.24
Administración y Organizaciones	6	13	50	42	30	11	17	3.55
Investigación	11	23	29	45	33	11	17	3.47
Formulación y Evaluación de Proyectos	8	18	42	39	33	12	17	3.51
Economía	3	19	50	33	28	19	17	3.48
Asignatura	Área Turística					Perdidos		Media
	Frecuencia					SR	NR	
	1	2	3	4	5			
Fundamentos Teóricos en Turismo	6	17	24	64	30	11	17	3.67
Nuevas Tendencias del Turismo	12	23	32	45	28	12	17	3.39
Geografía	8	12	25	51	45	11	17	3.8
Patrimonio	6	14	28	50	43	11	17	3.78
Gestión Turística Local	11	16	40	34	30	11	17	3.54
Investigación	13	19	28	44	37	11	17	3.52
Animación Sociocultural	17	23	32	43	24	12	17	3.46
Asignatura	Área Hotelera					Perdidos		Media
	Frecuencia					SR	NR	
	1	2	3	4	5			
Manejo de las TIC'S	37	21	35	25	22	12	17	2.81
Gastronomía	2	15	37	53	34	11	17	3.72

Gestión de la Hospitalidad	8	19	44	35	35	11	17	3.5
Enología	6	20	39	47	29	11	17	3.52
Organización de Eventos	12	15	44	46	24	11	17	3.39
Administración de Agencias de Viajes	14	19	32	38	38	11	17	3.48
Calidad de los Servicios	9	20	35	35	42	11	17	3.57
Gestión del Talento Humano	4	23	36	49	29	11	17	3.54
Investigación	10	27	25	47	32	11	17	3.45

Satisfacción con el plan de estudios. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Con respecto al plan de estudios, el análisis descriptivo se efectúa de acuerdo a las áreas definidas y teniendo en cuenta la medida de tendencia central llamada Media. Cabe resaltar que no se tiene en cuenta la moda, ya que esta se utiliza para variables nominales, ni la mediana porque esta puede verse alterada por los valores extremos y además no se utiliza cuando existe una jerarquía presente.

En las áreas Administrativa, Turística y Hotelera que comprenden el plan de estudios se califican 25 asignaturas, a partir del grado de satisfacción de los graduados con respecto a los contenidos temáticos en relación con su posterior desempeño profesional. Por lo tanto, como se puede observar en la tabla de frecuencias, en una escala del 1 al 5, siendo 5 el mayor grado de satisfacción, en general las materias recibieron una calificación entre 3.45 y 2.81 (valor mínimo y valor máximo), excepto por las variables de sistemas operativos como software que recibió una calificación promedio de 2.24 y manejo de las TIC'S con un 2.81, lo cual es preocupante ya que se observa que el grado de satisfacción con los contenidos de dichas asignaturas en promedio es aceptable, bajo, y adicionalmente ninguna asignatura alcanzó una media de por lo menos 4.

Principal medio para obtener empleo

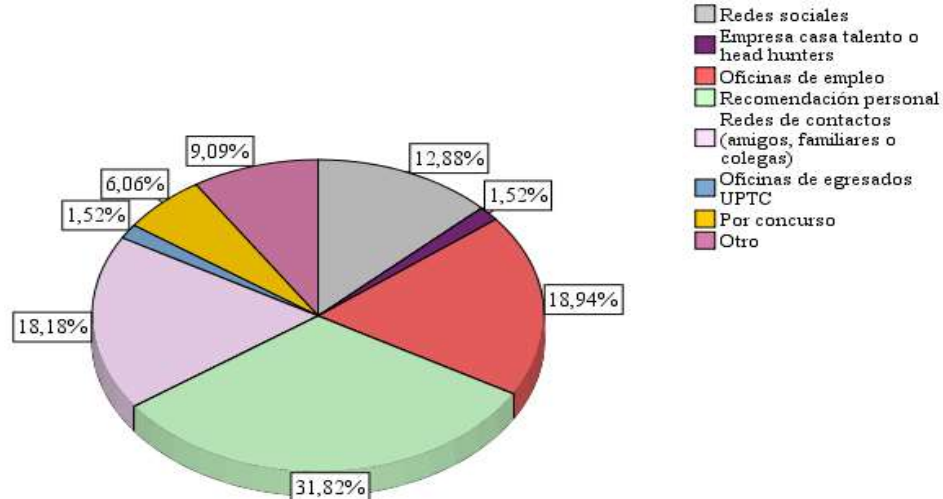


Figura XVI. Medio para obtener empleo. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

El principal medio que los graduados han utilizado para obtener empleo es el de recomendación personal con un 31.82%, seguido de oficinas de empleo con un 18.84% y redes de contactos (amigos, familiares o colegas) con un 18.8%, finalmente el medio menos utilizado corresponde a las oficinas de egresados de la UPTC con un porcentaje de 1.52 al igual que la variable otros.

Salario

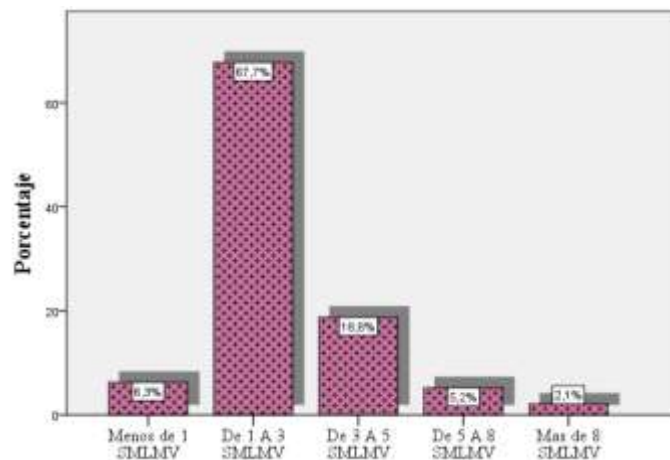


Figura XVII. Rango del salario actual. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

De la muestra de 169 graduados, 96 respondieron la pregunta correspondiente al rango en el que está ubicado su salarios actual y como se puede observar en la gráfica, el 67.7% siendo este el

mayor porcentaje hace referencia a que su salario se encuentra entre 1 a 3 SMLMV. Adicionalmente cabe resaltar que para la variable de 1 SMLMV cuentan con un porcentaje de 6.3% y que tan solo el 2.1% de los graduados devenga más de 8 SMLMV.

Segmento empresarial de la organización

Las organizaciones en donde se están empleando los graduados en su mayoría son grandes empresas, es decir, que cuentan con más de 200 trabajadores y activos superiores a 30.000 SMLMV, el porcentaje de los que allí se emplean es de 45.8% y las organizaciones en donde menos se están empleando son las medianas empresas con un porcentaje de 11,5%.

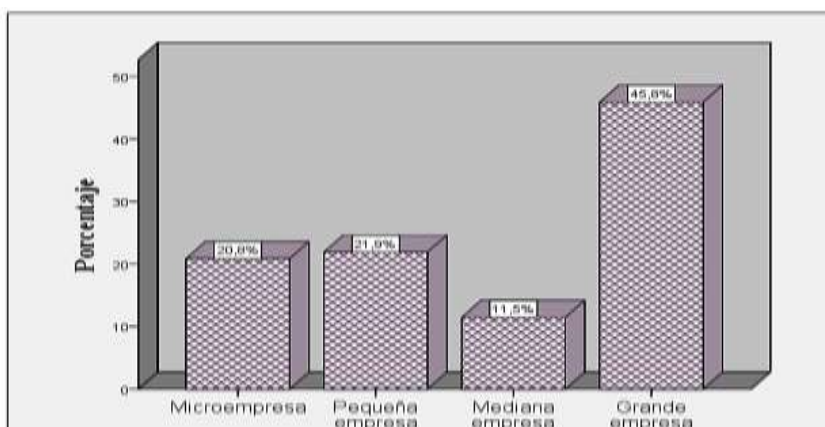


Figura XVIII. Segmento empresarial de la organización en donde trabaja. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Modalidad de contratación

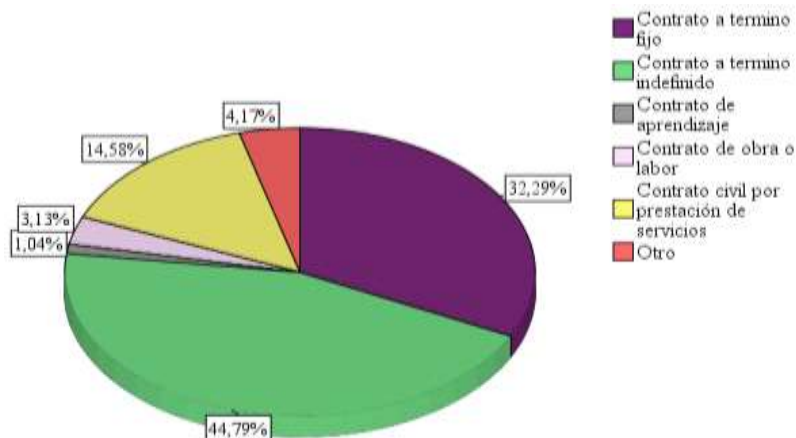


Figura XIX. Modalidad de contratación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

En la gráfica se puede observar que el mayor porcentaje de graduados para este caso 44.79% se encuentran contratados a término indefinido, aunque esta cifra sea la más alta para estas variables no supera el 50% de los encuestados, por otro lado se el porcentaje más bajo es de 1.04% correspondiente al contrato de aprendizaje. Con respecto al 1.04% que corresponde a un graduado con contrato de aprendizaje, este hecho se presenta debido a que el graduado se encontraba cursando un estudio en el SENA el cual finaliza con una práctica y por este motivo se tiene este tipo de contratación.

Interesados en conocer los resultados de la investigación

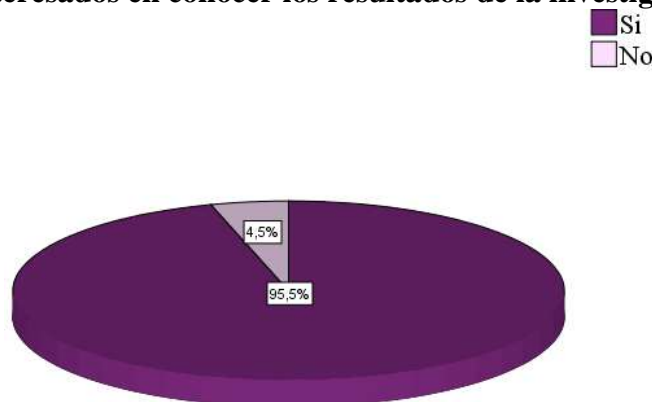


Figura XX. Graduados interesados en conocer los resultados de la investigación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Se observa que el interés de los graduados por conocer los resultados de la investigación es bastante evidente ya que el 95.5% respondió de manera afirmativa, lo cual puede llegar a indicar que estos sienten que su opinión realmente es tomada en cuenta por la Escuela de Administración Turística y Hotelera específicamente en el presente estudio.

4.2.3. Muestra empleadores.

La presente muestra está compuesta por 52 encuestas dirigidas a los empleadores de los graduados (2008-2016) de la Escuela ATH y presentan las siguientes características generales:

Tabla 22 *Muestreo Empleadores (Encuestas)*

ENCUESTAS A EMPLEADORES		
Encuestas Completas	39	75%
Encuestas Incompletas	10	19%
No Respuesta	3	6%
Total	52	100%

Muestreo encuesta empleadores. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Las encuestas recolectadas están compuestas en un 75% por formatos completamente diligenciados, en un 19% por formatos incompletos y con respecto al 6% de los instrumentos de no respuesta, estos fueron aplicados de manera personalizada por las investigadoras a los empleadores, los cuales por distintos motivos como diversas ocupaciones y principalmente tiempo, se negaron a responder el formato.

Por lo tanto, la no respuesta es válida y tenida en cuenta en el momento de procesar los datos al utilizar el software estadístico SPSS, aclarando que dichos valores son asumidos como perdidos en las tablas de frecuencia y no serán reflejados ni tenidos en cuenta al momento de graficar.

Ubicación de las organizaciones de empleadores encuestados

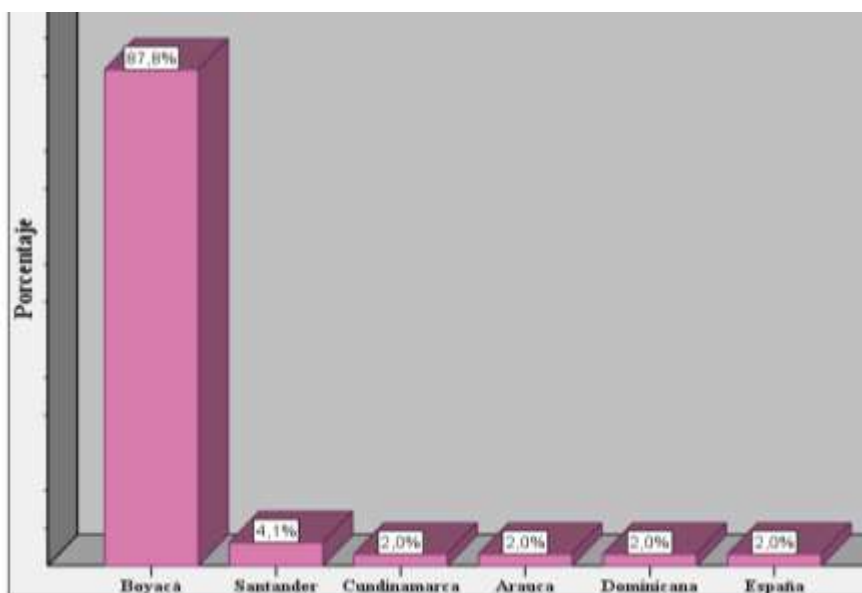


Figura XXI. Ubicación de las organizaciones Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Los empleadores con mayor participación en el diligenciamiento de la encuesta, evidentemente están ubicados en Boyacá con una frecuencia de 43 encuestas, que corresponde al 87.8% del total de los encuestados. Esto se debe a que la mayoría de ellos fueron abordados personalmente, ya que vía telefónica o web, la solicitud era archivada o fácilmente olvidada, lo cual creó una dificultad para contactar a dicha muestra, haciéndose necesarias por lo menos 2 visitas personalizadas para lograr el diligenciamiento del instrumento.

Adicional a esto los recursos económicos disponibles no permitieron una movilización a gran escala, lo cual redujo el alcance de la recolección de información, limitando la mayoría de respuestas a empleadores ubicados en el departamento de Boyacá, específicamente en las ciudades de: Paipa, Duitama, Sogamoso, Tunja, Villa de Leyva y Tibasosa. Por último cabe resaltar que se tienen presentes dos formatos diligenciados por empleadores del extranjero, ubicados específicamente en los países de República Dominicana y España. Para mayor información ver anexo 12.

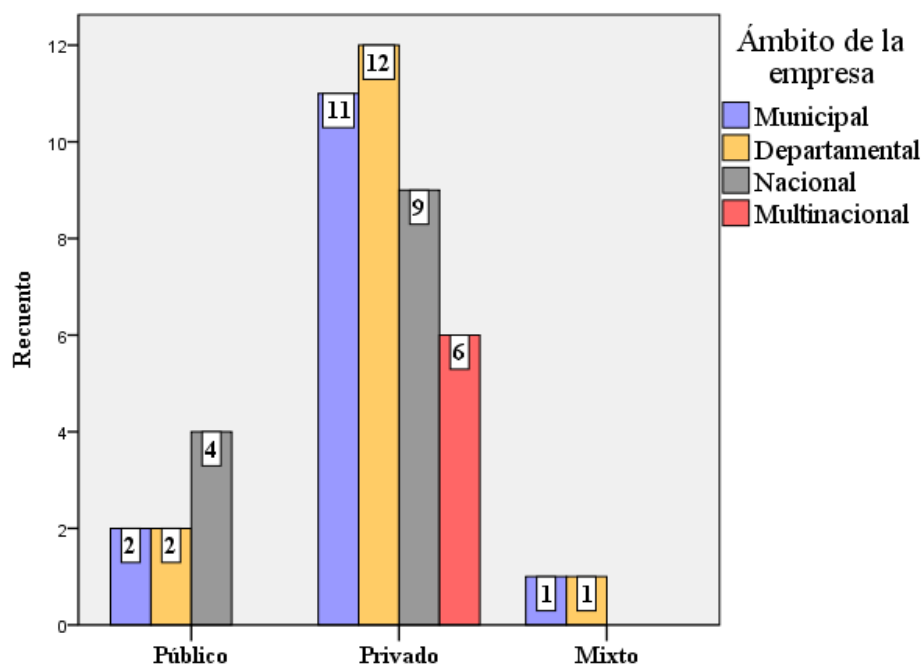


Figura XXII. Sector y ámbito al que pertenecen las organizaciones (Empleadores). Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Se evidencia que de los empleadores encuestados en el presente estudio, el sector privado es el que más empleo brinda a los graduados abarcando más del 50% de la muestra, sobresaliendo las organizaciones que tienen un ámbito de desarrollo a nivel departamental, también se evidencia que en los tres sectores tanto público, privado y mixto hacen presencia este tipo de organizaciones ver Anexo 12.

Tabla 23 *Percepción del empleador frente al desempeño del profesional de la Escuela ATH*

<i>Desempeño profesional</i>	<i>Excelente</i>		<i>Bueno</i>		<i>Regular</i>		<i>Malo</i>		<i>SR</i>	<i>NA</i>	<i>NR</i>
	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>			
Nivel de Liderazgo	11	24.4%	30	61.2%	8	16.3%	-	-	-	-	3
Trabajo en equipo	15	30.6%	30	61.2%	4	8.2%	-	-	-	-	3
Manejo del personal	10	20.4%	29	59.2%	7	14.3%	3	6.1%	-	-	3
Manejo del segundo idioma	3	6.1%	14	28.6%	20	40.8%	11	22.4%	-	1-2%	3
Habilidades gerenciales (toma de decisiones)	11	22.4%	25	48.1%	13	25%	-	-	-	-	3
Conocimiento y aplicación de normas de calidad	11	21.2%	29	60.4%	7	14.6%	1	2.1%	1	-	3
Manejo de software especializados	6	12.5%	21	43.8%	18	37.5%	2	3.8%	1	1-2.1%	3
Grado de motivación para el auto aprendizaje	16	32.7%	28	57.1%	5	10.2%	-	-	-	-	3

Percepción del empleador frente al desempeño del profesional de la Escuela ATH. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

A partir de la anterior tabla que aborda la percepción que tienen los empleadores del desempeño profesional del Administrador Turístico y Hotelero de la UPTC en una escala Likert que contempla las opciones de respuesta excelente, bueno, regular y malo, se observa lo siguiente:

Las mayores puntuaciones cuentan con una frecuencia de 30 que representan un 61.2% para las variables nivel de liderazgo y trabajo en equipo que son percibidas por los empleadores con un desempeño Bueno del graduado de ATH en estos dos aspectos.

Se observa que la puntuación que corresponde a Malo está ausente en las variables de desempeño profesional del graduado de ATH: Nivel de liderazgo, trabajo en equipo, habilidades gerenciales (toma de decisiones) y motivación para el autoaprendizaje, pero que por el contrario representa un 22.4% en el manejo de un segundo idioma, siendo el porcentaje más alto en cuanto a un mal desempeño profesional del graduado ATH se refiere.

El porcentaje más alto con un 32.7% en cuanto a un desempeño excelente del graduado de la Escuela de ATH se le atribuye al grado de motivación para el auto aprendizaje.

La puntuación más alta con respecto a la percepción que tiene el empleador en cuanto al desempeño del graduado de ATH en manejo de software especializados, corresponde a Bueno con un 43.8% pero a su vez se observa que al sumar las respuestas de regular y malo estas alcanzan el 41.3%.

Con respecto al desempeño del graduado en el conocimiento y aplicación de normas de calidad el 60.4% de los empleadores tienen una percepción buena.

Tabla 24 Vinculación del graduado de la Escuela de ATH por los empleadores

Vinculación al ámbito laboral	SI		NO		SR		NR		NA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
En los últimos 5 años usted ha contratado a un egresado de A.T.H.	41	83.7%	8	16.3%	-	-	3	-	-	-
En los últimos 5 años ha admitido pasantes de A.T.H. en su organización	24	51%	23	49.0%	2	-	3	-	-	-

Si su respuesta anterior es sí,

alguno de ellos ha sido vinculado a la organización posteriormente

18	37.5%	10	20.8%	1	-	3	-	20	41.7%
----	-------	----	-------	---	---	---	---	----	-------

Vinculación del graduado de la Escuela de ATH por los empleadores. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

En cuanto a vinculación laboral, la mayor puntuación la alcanza la opción Si con un 83.7% de empleadores que han contratado en los últimos 5 años a graduados de la Escuela ATH, e igualmente el 51% ha admitido pasantes de la Escuela ATH en el mismo periodo de tiempo, lo cual indica que la muestra seleccionada ha tenido contacto directo con los graduados y por lo tanto las respuestas que proporcionadas permiten un acercamiento a la realidad laboral.

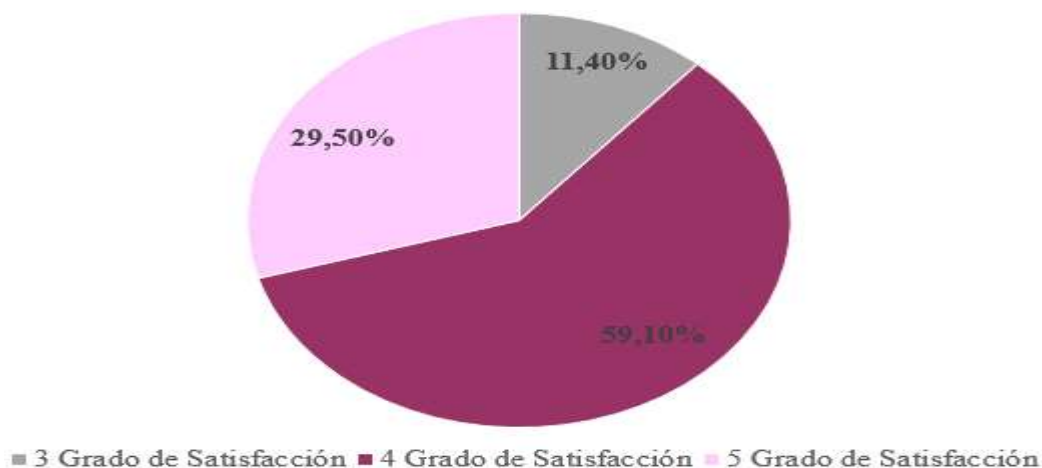


Figura XXIII. Grado de satisfacción de los empleadores con el desempeño de los graduado de A.T.H. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Mayo 2017.

Teniendo en cuenta el grado de satisfacción que los empleadores tienen acerca del desempeño profesional de los graduados de la Escuela de ATH (2008-2016) dentro de sus organizaciones, se observa que el valor mínimo es 3, en una escala donde 1 representa el menor grado de satisfacción y 5 el más alto grado, lo cual indica que las dos calificaciones más bajas no fueron tenidas en cuenta y por lo tanto, se puede afirmar que el grado de satisfacción de los empleadores frente el desempeño de los graduados en general es positiva, teniendo como referente el nivel 4 que lidera la calificación con un 59,1%.

Tabla 25 Nivel en el que se encuentra el profesional de ATH frente a otros profesionales o semejantes

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Inferior	4	7,7
	Igual	34	65,4
	Superior	10	19,2
	Total	48	92,3
Perdidos	SR	1	1,9
	Sistema	3	5,8
	Total	4	7,7
Total		52	100,0

Nivel en el que se encuentra el profesional de ATH frente a otros profesionales o semejantes.

El nivel en el que se encuentra el profesional de ATH, frente a otros profesionales de escuelas o disciplinas semejantes, ya sean tanto de pregrado como técnicos o tecnólogos, según la percepción de los empleadores encuestados lo lidera el nivel de igual con un 65.4%, lo cual indica claramente que en el mercado laboral no se encuentra en un nivel inferior frente a otros profesionales y demás, pero también puede llegar a sugerir la interpretación de que al profesional de Administración Turística y Hotelera de la UPTC, le hace falta reforzar en características propias y ventajas competitivas que le permitan llegar a tener un prestigio en el campo laboral.

Teniendo en cuenta que la muestra de empleadores está conformada por organizaciones ubicadas en la misma zona de influencia de la Escuela de ATH que representan más del 80% de los encuestados, pertenecientes específicamente al Departamento de Boyacá, se puede inferir que el graduado de Administración Turística y Hotelera, de la UPTC, es percibido por más del 60% de los empleadores de manera equivalente con respecto a otros profesionales o semejantes, lo cual puede constituirse en una desventaja pero que se puede potencializar en una oportunidad para mejorar y establecer un prestigio en el mercado laboral local, lo que a futuro puede representar un renombre a nivel Nacional e internacional de los graduados de la escuela de ATH de la UPTC.

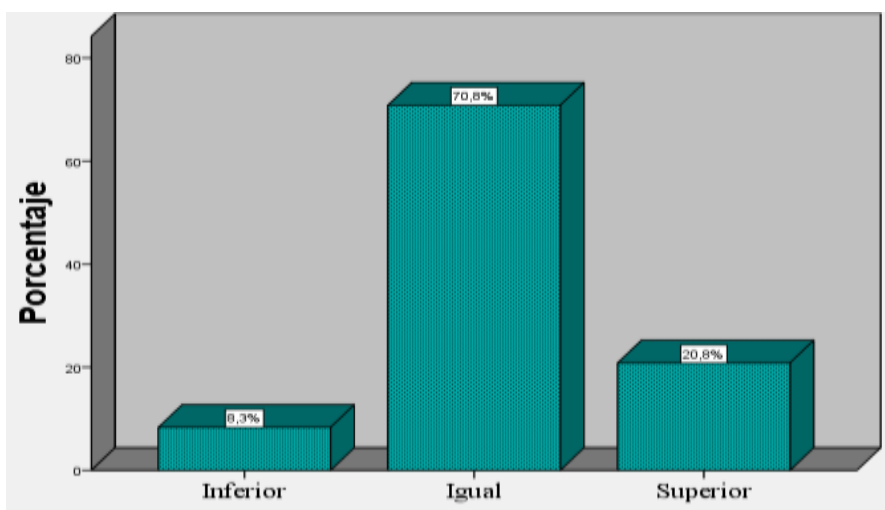


Figura XXIV. Nivel en el que se encuentra el profesional de ATH frente a otros profesionales Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Tabla 26 Criterios de contratación tenidos en cuenta por los empleadores encuestados

Desempeño profesional	1		2		3		4		5		SR	NR
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Desempeño laboral de pasantes	3	6.4%	2	4.3%	8	17%	16	34%	18	38.3%	2	3
Prestigio de la universidad	1	2.2%	2	4.3%	9	19.6%	23	50%	11	23.9%	3	3
Institución de educación superior pública	3	6.5%	6	13%	9	19.6%	19	41.3%	9	19.6%	3	3
Publicidad	3	6.8%	5	11.4%	19	43.3%	13	29.5%	4	9.1%	5	3
Desempeño laboral de graduados	-	-	-	-	-	-	20	38.5%	25	48.1%	4	3
Prestigio del programa A.T.H.	1	2.2%	2	4.3%	9	19.6%	23	50%	11	23.9%	3	3
Años de trayectoria del programa A.T.H.	-	-	8	17.4%	11	23.9%	20	38.5%	7	15.2%	3	3

Criterios de contratación tenidos en cuenta por los empleadores encuestados. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017

La tabla de frecuencias presentada aborda unos criterios propuestos de los cuales se le pide al empleador califique el nivel de importancia que estos tienen al momento de contratar a un profesional, teniendo en cuenta que 1 es la puntuación más baja y 5 la más alta, se presentan las siguientes generalidades:

Se observa que el criterio que tiene mayor importancia para los empleadores es el de desempeño laboral de graduados con una calificación de 5 que corresponde al 48.1% de los encuestados, adicionalmente es notoria la ausencia de la puntuación intermedia y las más bajas.

El criterio más irrelevante al momento de realizar una contratación de un profesional para los empleadores es la publicidad que recibe la mayor puntuación para la calificación de 1 con 6.8% de todas las frecuencias.

El criterio de desempeño laboral de pasantes se ubica en la segunda posición en nivel de importancia en general, con un puntaje de 5 por parte del 38.3%, resaltándose así que los criterios que influyen y en los cuales se basan los empleadores al momento de contratar a un profesional, están determinados en un alto grado por las capacidades en el hacer.

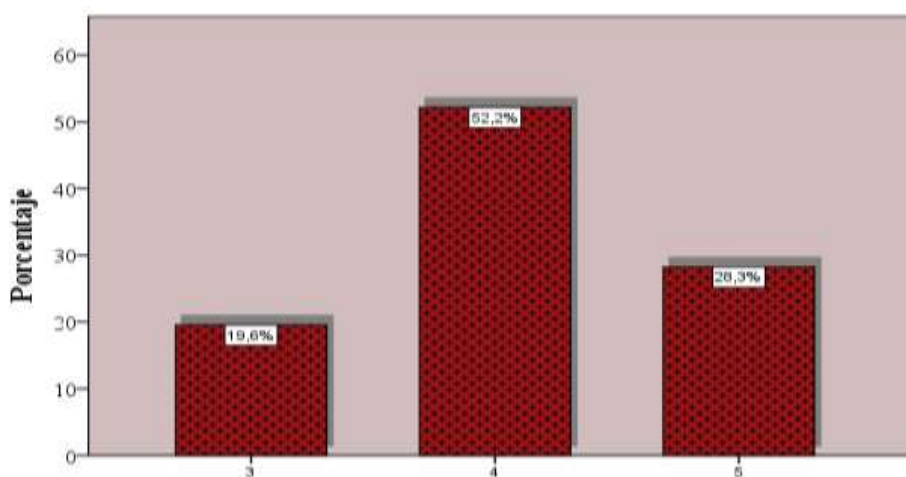


Figura XXV, Percepción de los empleadores sobre la escuela de ATH. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017

De acuerdo con la información proporcionada por los encuestados, se infiere que para los empleadores que conforman esta muestra la percepción de la escuela en una escala del 1 al 5 siendo 5

el nivel más alto, en un 52,2% se le puntúa con 4 y 28,3% con 5, lo cual representa que más del 60% de los empleadores abordados tienen una percepción buena de la Escuela de ATH e igualmente ninguno tiene una percepción negativa ya que se puede observar la ausencia de las puntuaciones 1 y 2.

Tabla 27 Nivel de importancia de las competencias del profesional en ATH

<i>Desempeño profesional</i>	<i>1</i>		<i>2</i>		<i>3</i>		<i>4</i>		<i>5</i>		<i>NR</i>
	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	<i>F</i>	<i>%</i>	
Capacidad de diseñar y elaborar productos y servicios	-	-	-	-	3	6.1%	17	34.7%	29	59.2%	3
Manejo del segundo idioma	2	4.1%	3	6.1%	4	8.2%	13	26.5%	27	55.1%	3
Manejo de Software operativos	-	-	1	2%	6	12.2%	21	40.4%	21	42.9%	3
Trabajo en equipo	-	-	-	-	4	8.2%	9	18.4%	36	73.5%	3
Toma de decisiones	-	-	1	2%	3	6.1%	11	22.4%	34	69.4%	3
Implementación estándares de calidad	-	-	2	4.1%	6	12.2%	22	44.9%	19	38.8%	3
Interpretación información financiera y contable	-	-	2	4.1%	7	14.3%	20	40.8%	20	40.8%	3
Formulación y evaluación de proyectos	1	2%	3	6.1%	6	12.2%	17	32.7%	22	42.3%	3
Autoaprendizaje y actualización	-	-	3	6.1%	2	4.1%	16	32.7%	28	57.1%	3

Nivel de importancia de las competencias del profesional en ATH. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

Con respecto al nivel de importancia que tiene para los empleadores encuestados las competencias expuestas en el formulario y en la anterior tabla de frecuencias, se observa que las dos mayores puntuaciones a nivel general las recibieron, la de toma de decisiones con 69.4% y el trabajo en equipo con un 73.5% ubicadas en el nivel 5 que es el máximo nivel de importancia. También cabe resaltar, que existe una ausencia considerable de las puntuaciones más bajas como lo son 1 y 2 para casi todas las competencias, exceptuando manejo de un segundo idioma y formulación y evaluación de

proyectos, pero que aun así cuentan con una frecuencia entre 1 y máximo 3 empleadores que realmente no le dan importancia al requerimiento de dichas competencias para el desempeño laboral de los profesionales en Administración Turística y Hotelera.

5. Capítulo 4: Caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H. a partir de la recolección de datos primarios.

En el presente capítulo se realiza una caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H a partir de la recolección de datos primarios los cuales son: las encuestas aplicadas a la muestra de 52 empleadores y las entrevistas realizadas a 5 expertos en Turismo, Hotelería y Administración. Adicionalmente se toma como estructura para llevar a cabo la caracterización, el perfil por competencias sistémicas, interpersonales e instrumentales contempladas en el Proyecto Tuning América Latina (2007) y como herramienta para la sistematización de los datos, el software ATLAS.ti que permite el tratamiento de información de tipo cualitativa.

5.1. Caracterización

Se hace necesario en la presente propuesta investigativa definir el concepto de caracterización como, (Bonilla Castro, Hurtado Prieto, & Jaramillo Herrera, 2011) “un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente establecer su significado”.

Retomando la conceptualización anteriormente mencionada, se realiza el siguiente proceso para la construcción de la caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela de A.T.H:

Primero, se identifican los datos primarios a utilizar, estos resultan de las entrevistas realizadas a expertos en Turismo, Administración y Hotelería y las encuestas a empleadores de las cuales, se selecciona la información necesaria y se clasifica por medio del software ATLAS.ti para el procesamiento de datos cualitativos.

En segunda instancia, para proceder a describir de una forma estructurada se parte de la teoría del perfil por competencias precisada en el proyecto Tuning y que se describe a cabalidad en la siguiente tabla:

Tabla 28 *Características generales según los tipos de competencias*

Tipo	Descripción	Clasificación
Competencias instrumentales	Capacidades cognitivas, metodológicas, tecnológicas y lingüísticas.	<ul style="list-style-type: none"> · Habilidades cognitivas: capacidad de comprender y manipular ideas y pensamientos · Capacidades metodológicas para manipular en el ambiente: se capaz de organizar el tiempo y las estrategias para el aprendizaje, tomar decisiones o resolver problemas. · Destrezas tecnológicas: relacionadas con el uso de maquinaria, destrezas de computación y gerencia de la información. · Destrezas lingüísticas: comunicación oral y escrita o conocimiento de una segunda lengua.
Competencias interpersonales	Capacidades individuales tales como habilidades sociales (interacción y cooperación sociales)	Capacidades individuales relativas a la capacidad de expresar los propios sentimientos, habilidades críticas y autocrítica. Destrezas sociales relacionadas con las habilidades interpersonales, la capacidad de trabajar en equipo o la expresión de compromiso social o ético. Estas competencias tienden a facilitar los procesos de interacción social y cooperación.
Competencias sistémicas	Capacidades y habilidades relacionadas con sistemas globales (combinación de comprensión, sensibilidad y conocimientos).	<p>Son las destrezas y habilidades que conciernen a los sistemas como totalidad. Suponen una combinación de la comprensión, la sensibilidad y el conocimiento que permiten al individuo ver como las partes de un todo se relacionan y se agrupan. Estas capacidades incluyen la habilidad de planificar los cambios de una manera que puedan hacerse mejoras en los sistemas como un todo y diseñar nuevos sistemas.</p> <p><i>Las competencias sistemas requieren como base la adquisición previa de competencias instrumentales e interpersonales.</i></p>

Fuente: Proyecto Tuning América Latina (2007) con base en González, Wagenaar, Van de Meer, Beneitone.

Por último, se construye la caracterización del perfil profesional del graduado de la Escuela ATH, y se le da la interpretación que corresponde para esta investigación en específico, así mismo teniendo en cuenta el criterio de las investigadoras. Por lo tanto, pretende elaborar un perfil profesional enfocado en los tres tipos de competencia que se establecieron en el proyecto Tuning que son las interpersonales, instrumentales y sistémicas que se clasificaron y explicaron en la gráfica anterior; tomando como referencia la información suministrada por los expertos y empleadores en busca de formar a los estudiantes de la escuela ATH con las competencias básicas de la profesión y de tal manera satisfacer la demanda del sector laboral.

Para procesar la información obtenida de los empleadores y expertos acerca de cuáles serían las competencias con la que debe contar un profesional de ATH, se utilizó el software ATLAS.ti y así se pudo obtener una clasificación general de acuerdo al tipo de las competencias.

De tal manera que, la identificación de las opiniones a nivel general de competencias que requiere el profesional de ATH, se clasifica por medio nomenclatura basada en el uso de la primera letra que compone el nombre de la organización al que pertenece el entrevistado en el caso de los expertos y para los empleadores se utiliza la letra E correspondiente a la primera letra de este estamento.

Tabla 29 *Participantes en la identificación de competencias para el perfil profesional*

ID	Nombre	ID	Nombre
A	Asociación colombiana de agencias de viajes y turismo (ANATO)	G	Dirección de Turismo del Departamento de Boyacá
C	Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO)	P	PROCOLOMBIA
S	Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)	E	Empleadores

Participantes en la identificación de competencias para el perfil profesional. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Mayo 2017.

En este cuadro se tuvo en cuenta cada una de las opiniones que brindaron los expertos y empleadores evaluando el nivel de frecuencia y así poder determinar la importancia de cada una de las competencias.

Tabla 30 *Tipología de competencias según la opinión de los expertos y empleadores*

Competencias	Variables	A	C	S	G	P	E
<i>Competencias Interpersonales (SER)</i>	Proactividad	X					X
	Capacidad de interrelacionarse	X					
	Disposición para aprender	X	X				X
	Don de gentes		X			X	X
	Estar a la vanguardia		X		X		
	Integridad		X	X			
	Comunicación (ser buenos receptores, saber escuchar, oratoria y expresión corporal)			X			X
	Carisma			X			
	Amabilidad			X			
	Respetuoso y culto			X		X	
	Presentación personal			X			
	Trabajo en equipo						X
	Liderazgo	X	X	X	X	X	X
	Habilidades innatas y asertividad				X		X
	Disciplina						X
	Tolerancia						X
	Creatividad e innovación						X
	Ética profesional						X
<i>Competencias Instrumentales (Conocer)</i>	Atención al cliente y servicio	X	X		X		X
	Conocer dos idioma además de la lengua materna	X	X	X	X	X	X
	Cadena de valor	X					
	Geografía (turística nacional e internacional)	X	X				X
	Mercadeo (Ventas, promoción, publicidad)	X			X		X
	Contabilidad y finanzas (Liquidar una comisión, Conocimiento de GDS	X	X				X
	Conocimiento de GDS	X					X
	Conocimiento en la normativa del sector - Calidad – Políticas	X	X				X
	Producto turístico (Como se compone, emisor, receptivo, corporativo, creación y desarrollo)	X	X		X		X
	Conocimiento de que es un agente de viajes y que es una agencia de viajes (Viajes, cadena de valor, como liquidar comisiones, como se arma un plan, manejo de tarifas, conocimientos en geografía, en ventas en GDS e idiomas)	X				X	X

<i>Competencias Sistémicas (Saber hacer)</i>	Conocer de la parte operativa y administrativa (Funciones del área operativa en Hotelería, reservas, recepción, alimentos y bebidas)	X			X	X
	Tema laboral en el sector (contratación)	X			X	
	Formación en TIC'S y software		X	X	X	X
	Planificación Turística y sostenibilidad			X	X	
	Emprendimiento y gestión de proyectos	X				X
	Trabajo en equipo				X	X
	Pensamiento gerencial				X	X
	Ver el plan de estudios por medio de estudios de caso			X	X	
	Práctica en áreas operativas del Hotel		X		X	
	Manejo de un segundo idioma (Intercambio académico)	X	X	X	X	X
	Manejo de las TIC'S	X	X	X	X	X
	Planificación Turística y sostenibilidad				X	X
	Área financiera y administrativa (Liquidar comisiones)		X		X	X
	Vender	X			X	X
	Experiencia (pasantías – practicas- laboratios – Intercambios - talleres) Nacional e internacional	X	X	X	X	X
	Manejo de software especializado	X	X	X	X	X
	Diseño del producto turístico		X		X	X
	Capacidad de manejo de personal				X	
	Habilidades empresariales				X	X
	Sistemas integrados de calidad turísticas	X	X			X
	Emprendimiento		X		X	X

Tipología de competencias según la opinión de los expertos y empleadores. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, ATLAS.ti Demo, Mayo 2017.

Como se mencionó anteriormente el cuadro se basa en todas las apreciaciones de expertos y empleadores en cuanto a las competencias y habilidades básicas que debe tener un profesional en ATH por lo cual en algunos casos se relacionan las competencias no directamente pero si se relacionan, lo que conlleva a realizar una nueva clasificación en donde se unifican y para el caso de las competencias instrumentales y sistémicas se generan dos categorías para cada una.

Es importante aclarar que las competencias que en la siguiente tabla se presentan son las competencias básicas que debe tener un profesional de Administración Turística y Hotelera para poder desempeñarse en el medio laboral, las cuales fueron determinadas por los empleadores y expertos tomados como enfoque principal para este estudio ya que son de vital importancia sus aportes.

La opinión de los expertos es tomada ya que proponen a nivel general una visión acerca de las necesidades del sector y competencias con las que debe contar un profesional en el área, las cuales tanto el programa de ATH como otros programas relacionados al sector Turístico y Hotelero deben satisfacer por medio de la formación brindada a los estudiantes futuros profesionales. En el caso de los empleadores se toman como evaluadores del desempeño profesional de los graduados de la EATH; ya que pueden brindar información acerca de las competencias que como jefes evidencian que debe tener un profesional de ATH y cuales consideran que son las más importantes.

Tabla 31 *Caracterización del perfil profesional del graduado de ATH basado en las competencias*

Competencias interpersonales (SER)	
<i>1. Integridad:</i>	
Don de gentes, respeto, amabilidad, carisma, tolerancia, presentación personal, Ética profesional.	
<i>2. Comunicación</i>	
Buenos receptores, saber escuchar, buena oratoria y expresión corporal.	
<i>3. Habilidades innatas</i>	
Asertividad, Liderazgo, creatividad, disposición para aprender, estar a la vanguardia y ser disciplinado.	
Competencias instrumentales (CONOCER)	
Administración	Cadena de valor
	Ventas, promoción, publicidad,
	Producto turístico
	Planificación Turística
	Sostenibilidad
	Emprendimiento
	Gestión de proyectos
	Trabajo en equipo
	Atención al cliente y servicio
	Pensamiento gerencial.
Turismo y hotelería	Geografía (Internacional, nacional y departamental.)
	Producto turístico
	Agencias de viajes: agente de viajes tipos de viajes, cadena de valor, liquidación de comisiones, diseño de planes, manejo de tarifas, GDS, idiomas
	Formación en TIC'S y software

Planificación Turística
Sostenibilidad
Conocimiento de dos idiomas además de la lengua materna.

Competencias del saber hacer sistémicas (SABER HACER)

Administración

Desarrollo del área financiera
Contratación y capacidad de manejo de personal
Sistemas integrados de calidad
Emprendimiento
Capacidad de análisis frente a las dinámicas de mercado

Turismo y hotelería

Manejo de un segundo idioma
áreas operativas y administrativas
Planificación Turística
Sostenibilidad
Manejo de las TIC'S, Manejo de software especializado
Diseño del producto turístico
Manejo Sistemas integrados de calidad turística

Caracterización del perfil profesional del graduado de ATH Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, ATLAS.ti Demo, Mayo 2017.

En conclusión se evidencia que la Escuela de Administración Turística y Hotelera ha establecido un buen perfil profesional, pero se deben fortalecer las competencias instrumentales (CONOCER) es decir el fortalecimiento de los conocimientos como: el tema del segundo idioma, software, la planificación turística, geografía entre otros. En el caso de las competencias sistémicas (SABER HACER) se debe fortalecer la experiencia ya para los expertos y empleadores entrevistados y encuestados consideran que los profesionales deben poder desenvolverse en diferentes escenarios de la vida laboral profesional ya que en la actualidad las organizaciones buscan que los profesionales cuenten con conocimientos pero aún más importante que los sepan aplicar

Una posible solución que se propone es que una parte de las asignaturas se desarrolle por medio de estudios de caso y de igual manera hacer mayor énfasis en el tema de las practicas académicas dando un enfoque más practico al programa, las habilidades y conocimientos resumidos en

las competencias que los estudiantes adquieren en su formación profesional como administradores turísticos y hoteleros.

Por otra parte es importante resaltar que los estamentos consultados para este estudio (expertos y empleadores) hacen hincapié principalmente en el tema del manejo de un segundo idioma como en el conocimiento y manejo de software además, resaltan que el estudiante de Administración Turística y Hotelera, debe tener unas características inherentes que se entienden como las competencias interpersonales ya que de estas dependen el desarrollo tanto de las competencias instrumentales como el de las competencias sistémicas.

De tal manera que para hacer una evaluación de las competencias es importante determinar ¿qué se evalúa? y que herramientas se utilizan para realizar dicha evaluación por lo que se plantea la pirámide de Miler.

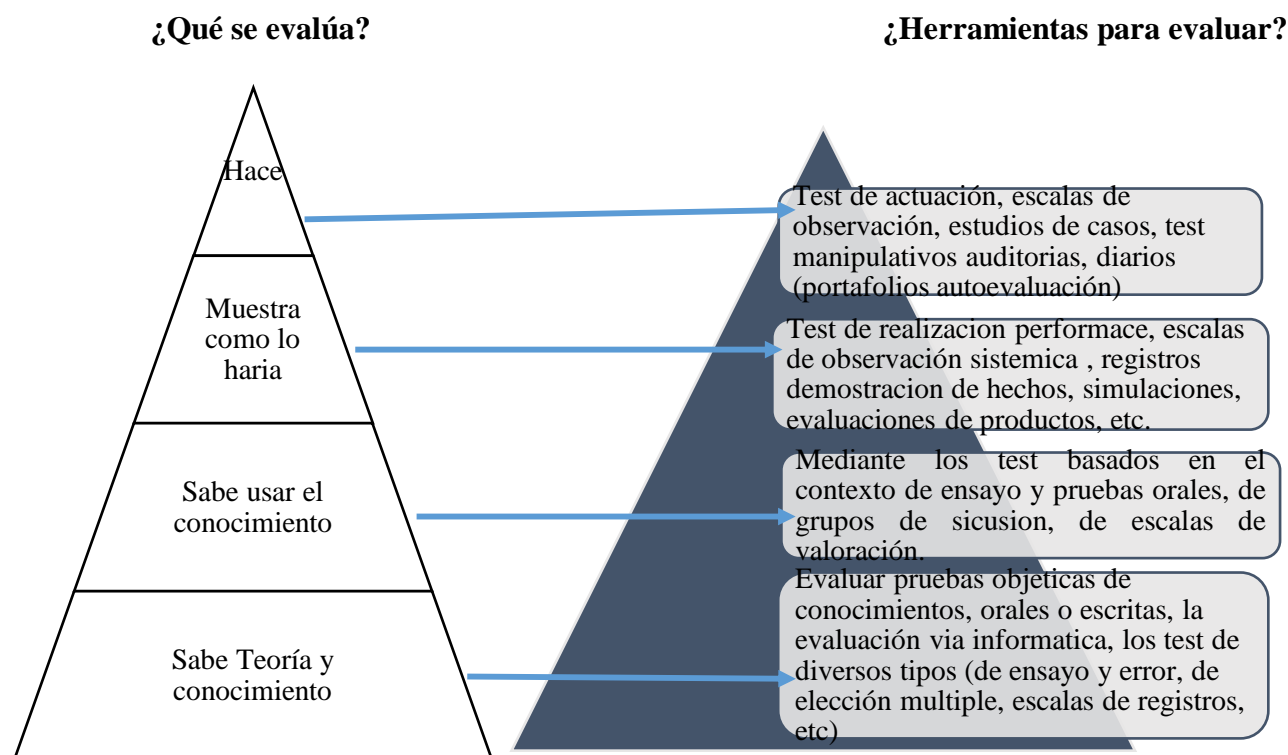


Figura XXVI, Propuesta evaluación por competencias; Fuente: la evaluación por competencias (2008) La pirámide de Miler con base en Ruiz

6. Capítulo 5: Nivel de pertinencia social del Programa de Administración Turística y Hotelera de la U.P.T.C.

La pertinencia del programa Administración Turística y Hotelera, en el presente estudio se mide a partir de los indicadores propuestos, los cuales están clasificados en tres tipos los cuáles son: Indicadores por Competencias, Indicadores de Empleabilidad e Indicadores del Plan de estudios. Por lo tanto, se hace indispensable aclarar, que un indicador es una expresión cuantitativa o cualitativa que permite describir características, comportamientos o fenómenos de la realidad a través de la evolución de una variable o el establecimiento de una relación entre variables, la que comparada con periodos anteriores, productos similares o una meta o compromiso, permite evaluar el desempeño y su evolución en el tiempo (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2005).

6.1. Indicadores.

La calificación de cada indicador en general se realiza de manera cuantitativa utilizando la mediana ya que esta es una medida de tendencia central expresada en términos de mitades exactas o para el presente estudio de 50%, lo cual permite hacer una equivalencia entre todos los indicadores y sus escalas de medición, para luego obtener la media o promedio de estas medianas, la cual será utilizada como nivel de medición de la Pertinencia Social, dando como resultado que los indicadores que no superen esta medida, no son tenidos en cuenta para la puntuación final y son identificados como indicadores de bajo nivel de cumplimiento. Cabe resaltar que los indicadores que no se pueden calificar de esta manera, se realizarán por el número de frecuencia sobre el 100% de las respuestas y por último los que por su naturaleza serán calificados de acuerdo con el criterio de las investigadoras.

Lo anterior se expresa de la siguiente manera en el ejemplo propuesto:

Tabla 32 *Ejemplo de medición de indicadores*

Indicador	Mediana calificación empleador	Nivel de escala de respuesta	Mediana calificación graduado	Niveles de escala de respuesta	Totales	Calificación final
Habilidades Gerenciales	3 (Bueno)	4 (Excelente, bueno, regular, malo)	4 (De acuerdo)	5 (Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo, totalmente en desacuerdo)	(Total de niveles respuestas alcanzados suma de Medianas)/ (Total de niveles de respuesta para este indicador) x 100 7/9x100	77.7%

Ejemplo de medición de indicadores. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Mayo 2017.

6.1.1. Indicadores por Competencias.

En estos indicadores son tenidas en cuenta las competencias planteadas por el proyecto Tuning, las cuales son procedimentales (saber hacer), conceptuales (saber conocer) y de formación integral (saber ser). La medición de este tipo de indicadores, se basa en una calificación total de un 100% compuesta en un 50% por el nivel de satisfacción de los graduados (2008-2016) con respecto al perfil profesional en el cual fue formado y la realidad encontrada en el medio laboral, y el otro 50% por la calificación del empleador acerca del nivel de desempeño del graduado de ATH.

Estos indicadores se encuentran debidamente calificados en la siguiente tabla:

Tabla 33 *Indicadores por competencias del Nivel de Pertinencia social del Programa ATH*

Indicadores por Competencias				
Competencias	Indicador	Empleadores Desempeño graduados (Mediana)	Calificació n de los graduados (Mediana)	Calificación del indicador %
Saber hacer (formación procedimental)	Habilidades gerenciales(toma de decisiones)	3 (Bueno)	4 (De acuerdo)	77,7%
	Destreza en el manejo de software especializado	3 (Bueno)	2 (En desacuerdo)	55,5%
	Nivel de comunicación oral en un segundo idioma	2 (Regular)	2 (En desacuerdo)	44,4%
Saber conocer (formación conceptual)	Nivel de comunicación escrita en un segundo idioma	2 (Regular)	2 (En desacuerdo)	44,4%
	Grado de conocimiento de normas de calidad, a implementar en el sector	3 (Bueno)	4 (De acuerdo)	77,7%
	Grado de motivación para realizar estudios de posgrado en el área	-----	76 Frecuencia	57,6%
Saber ser (formación integral)	Disposición para trabajo en equipo	3 (Bueno)	4(De acuerdo)	77,7%
	Nivel de liderazgo en el que se desempeña	3 (Bueno)	Nivel 4 (escala del 1 al 5)	77,7%
	Grado de motivación para el autoaprendizaje	3 (Bueno)	-----	75%

Indicadores por competencias. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Marco muestral de la población de graduados ATH (2008-2016), SPSS 0.14, Mayo 2017.

La calificación dada para cada indicador se representa a partir de la pregunta en la que fue formulado y a qué muestra fue dirigido, por lo tanto:

Los graduados encuestados (muestra de 169) pertenecientes a la Escuela ATH (2008-2016) responden estos indicadores a partir del perfil profesional en el cual fueron formados y si éste cumplió con la realidad encontrada en el medio laboral, en este ítem se presentan las siguientes opciones de respuesta las cuales se tienen en consideración al momento de realizar la calificación, estas son:

Totalmente de acuerdo, de acuerdo, indiferente, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Los empleadores encuestados (muestra de 52) que califican el 50% de cada indicador lo hacen a partir de la percepción que tienen del Administrador Turístico y Hotelero de la UPTC frente a su desempeño profesional. La escala de medición que se utilizó en la pregunta en cuestión presenta las siguientes opciones: Excelente, bueno, regular y malo, las cuales son tenidas en cuenta en el momento de calificar los indicadores.

Por otra parte, se observa una excepción en el indicador de Grado de motivación para realizar estudios de posgrado en el área, que es calificado únicamente por los graduados ya que esta pregunta fue dirigida exclusivamente a esta muestra y se observa que la calificación está dada en términos de frecuencia frente al total de respuestas, que a su vez deriva en un porcentaje lo que permitirá al final llevar a cabo los debidos análisis.

6.1.2. Indicadores de empleabilidad.

Los indicadores de empleabilidad permiten evidenciar el grado de coherencia que tiene el plan de estudios con la aceptación de los graduados en el entorno laboral permitiendo realizar una evaluación de diferentes variables. Estas variables son medidas a partir de la frecuencia de respuesta sobre el 100% de las respuestas para cada pregunta, debido a que si se realizaba una comparación entre los datos obtenidos y los publicados a nivel Nacional, las diferencias presentadas entre las muestras y poblaciones generarían unos análisis sesgados y erróneos. Además, la información encontrada no se encuentra actualizada.

Tabla 34 *Indicadores de empleabilidad*

Indicadores de Empleabilidad		
Indicador	Frecuencia o Mediana	Calificación del indicador
Tasa de empleo	95 (Frecuencia)	72,5%
Tasa de desempleo	36 (Frecuencia)	27,5%
Nivel de emprendimiento	8 (Frecuencia)	6,1%
Tiempo de inserción laboral al año de egreso de cursado el programa A.T.H.	4 (Mediana) - De 4 a 8 meses	80%
Empleo inadecuado por competencias	17 (Frecuencia)	13,1%
Salario	2 (Mediana) - De 1 a 3 SMLMV	40%
Modalidad de contratación	43 (Frecuencia) - Contrato a término indefinido	44,8%

Indicadores de empleabilidad. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, Mayo 2017.

En el análisis de los anteriores indicadores se lleva a cabo principalmente a partir de la mayor frecuencia de respuesta comparada con el total de respuestas es decir con la muestra. Tan solo se presentan dos excepciones en los indicadores de, tiempo de inserción laboral al año de egreso de cursado el programa de A.T.H y el salario, ya que las escalas permitían realizar estos cálculos a partir de la mediana por medio del software SPSS.

6.1.3. Indicadores del Plan de Estudios.

En estos indicadores se toman a los graduados como evaluadores en donde estos califican su formación profesional teniendo en cuenta el plan de estudios. Estos indicadores se manejaron a partir de la mediana, como opción de calificación debido a que se poseían las opciones de respuestas necesarias para este tipo de proceso.

Tabla 35 *Indicadores del Plan de Estudios*

Indicadores del Plan de Estudios		
Indicadores	Graduados (Mediana)	Calificación del indicador %
Grado de satisfacción con los contenidos temáticos del plan de estudios con relación a su desempeño laboral	4 (Escala de 1 al 5)	80%
Grado de coherencia de las practicas académicas con el plan de estudios	4 (Escala de 1 a 5)	80%
Grado de coherencia de los laboratorios con el plan de estudios	4 (Escala de 1 a 5)	80%
Nivel de importancia de las pasantías para su posterior vinculación en el ámbito laboral	3 (Sí de 4 opciones)	75%
Nivel de actualidad de los contenidos del plan de estudios con respecto a su desempeño laboral	2 (No de 4 opciones)	50%
Grado de coherencia del plan de estudios y sus contenidos con relación a su desempeño laboral	3 (Escala del 1 al 5)	60%

Indicadores del plan de Estudios. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Mayo 2017.

6.2. Calificación de los Indicadores

En la siguiente tabla se observan las medianas y los niveles de respuesta para cada indicador.

Por lo tanto, las medianas son sumadas en su totalidad y divididas en el total de opciones de respuesta que tiene cada indicador para hallar de esta manera la media o promedio de las medianas, que será tomado como referencia del cumplimiento de los indicadores, es decir, este promedio va a tomarse como guía para la medición de la pertinencia social del Programa de Administración Turística y Hotelera en cada uno de los indicadores y también se representará en la gráfica correspondiente.

Tabla 36 *Resumen de Indicadores y su respectiva calificación*

Nº	Indicador	Mediana	Nivel de medición	Calificación
1	Habilidades gerenciales(toma de decisiones)	7	9	77,7%
2	Destreza en el manejo de software especializado	5	9	55,5%
3	Nivel de comunicación oral en un segundo idioma	4	9	44,4%
4	Nivel de comunicación escrita en un segundo idioma	4	9	44,4%
5	Grado de conocimiento de normas de calidad, a implementar en el sector	7	9	77,7%
6	Grado de motivación para realizar estudios de posgrado	---	---	57,6%
7	Disposición para trabajo en equipo	7	9	57,6%
8	Nivel de liderazgo en el que se desempeña	7	9	77,7%
9	Grado de motivación para el autoaprendizaje	3	4	75%
10	Tasa de Empleo	---	---	72,5%
11	Tasa de desempleo	---	---	27,5%
12	Nivel de emprendimiento	---	---	6,1%
13	Tiempo de inserción laboral al año de egreso de cursado el programa A.T.H.	4	5	80%
14	Empleo inadecuado por competencias	---	---	13,1%
15	Salario	2	5	40%
16	Modalidad de contratación	---	---	44,8%
17	Grado de satisfacción con los contenidos temáticos del plan de estudios con relación a su desempeño laboral	4	5	80%
18	Grado de coherencia de las practicas académicas con el plan de estudios	4	5	80%
19	Grado de coherencia de los laboratorios con el plan de estudios	4	5	80%
20	Nivel de importancia de las pasantías para su posterior vinculación en el ámbito laboral	3	4	75%
21	Nivel de actualidad de los contenidos del plan de estudios respecto a su desempeño laboral	2	4	50%
22	Grado de coherencia del plan de estudios y sus contenidos con relación a su desempeño laboral	3	5	60%
TOTALES		70	105	---
Media de las medianas			67 %	---

Resumen de Indicadores y su respectiva calificación. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, (Cárdenas y Sánchez, 2017).

Formula:

$$\text{Punto medio} = \frac{\text{Total de las medianas}}{\text{Total del nivel de medición}} * 100$$

$$\begin{aligned} \text{Punto medio} &= \frac{7+5+4+4+7+7+7+3+4+2+4+4+4+3+2+3}{9+9+9+9+9+9+9+4+5+5+5+5+5+4+4+5} \\ &= \frac{70}{105} * 100 = 66,666 = 67\% \end{aligned}$$

En el siguiente gráfico se pueden observar los indicadores en su totalidad, expresados en porcentajes y así mismo si se encuentran sobre la media o promedio establecido de pertinencia social del programa de ATH.

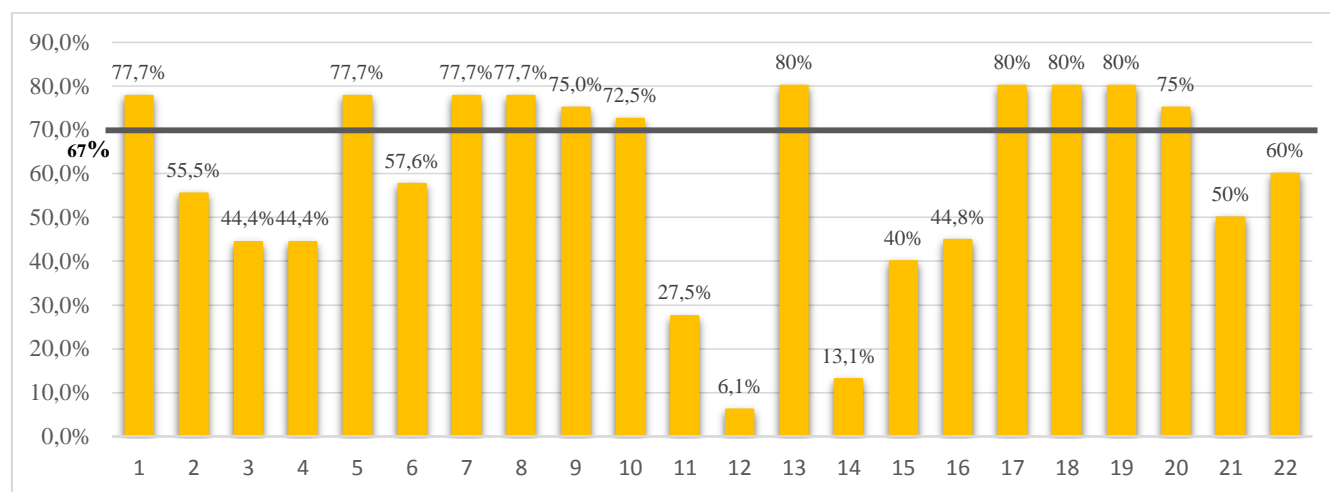


Figura XXVII, Nivel de pertinencia social de la escuela de ATH (Cárdenas, Sánchez U.P.T.C. 2017). Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC.

Tabla 37 Identificación del indicador

ID	INDICADOR	ID	INDICADOR
1	Habilidades gerenciales	12	Nivel de emprendimiento
2	Manejo de software especializado	13	Tiempo para obtener el primer empleo
3	Comunicación oral en un segundo idioma	14	Empleo inadecuado por competencias
4	Comunicación escrita en un segundo idioma	15	Salario
5	Conocimiento de normas de calidad	16	Modalidad de contratación
6	Motivación para realizar estudios de posgrado	17	Satisfacción del plan de estudios en relación al desempeño laboral

7	Disposición para trabajo en equipo	18	Coherencia de las practicas académicas con el plan de estudios
8	Nivel de liderazgo en el que se desempeña	19	Coherencia de los laboratorios con el plan de estudios
9	Grado de motivación para el autoaprendizaje	20	Importancia de la pasantía para la vinculación en el ámbito laboral
10	Tasa de Empleo	21	Contenidos del plan de estudios respecto a al desempeño laboral
11	Tasa de desempleo	22	Coherencia del plan de estudios en relación a al desempeño laboral

Identificación del indicador. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, Mayo 20017.

En la gráfica se observa que 10 de los 22 indicadores propuestos pasaron el nivel promedio de corte, por otra parte, se evidencia que 7 indicadores quedaron por debajo de la media, revelando que estos no cumplen con su objetivo y representan un aspecto a mejorar por parte de la escuela.

Finalmente, se encuentran 5 indicadores que están relacionados con la pertinencia social, los cuales por su naturaleza tiene otro nivel de representatividad, y son evaluados mediante el criterio de las investigadoras.

Los indicadores fueron clasificados de acuerdo a su nivel de importancia para otorgarles la calificación individual que estos reciben al encontrarse por encima de la media o promedio establecido de pertinencia social del programa ATH el cual es del 67%. En lo que respecta al nivel de importancia establecido, los indicadores de competencias y plan de estudios abarcan el 80% del total de la calificación final del programa de ATH y tan solo el 20% les corresponde a los indicadores de empleabilidad. Lo anterior se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 38 *Nivel de importancia de los indicadores*

Total indicadores de pertinencia social del programa ATH	Indicadores de plan de estudios y competencias	Indicadores de empleabilidad
22 indicadores, si se alcanzan todos el nivel de pertinencia corresponde a un 100%	I. Plan de estudios: 6 Indicadores. II. Competencias: 9 Indicadores 15 Indicadores en total, estos tienen el mismo nivel de importancia ya que de estos depende el resultado de los indicadores de empleabilidad. Se les asigna el 80% del total de la calificación de la pertinencia social del programa de ATH.	I. Empleabilidad: 7 Indicadores 7 Indicadores de empleabilidad, se les asigna el 20% del total de la calificación de la pertinencia social del programa ATH.
	80% / 15 (Indicadores) 5,33% es la calificación que merece cada indicador del plan de estudios o por competencias que se ubique sobre o por encima de la media de pertinencia social del programa de ATH establecida, a excepción de los que se califican a criterio de las investigadoras.	20% / 7 (Indicadores) 2.85% es la calificación que merece cada indicador de empleabilidad que se ubique sobre o por encima de la media de pertinencia social del programa social de ATH establecida, a excepción de los que se califican a criterio de las investigadoras.

Nivel de importancia de los indicadores. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, (Cárdenas y Sánchez, Mayo 2017).

Por lo tanto, la calificación individual para los de competencia y plan de estudios corresponden a un 5.33% y para los de empleabilidad un 2.85%, aclarando que los de competencias y plan de estudios tienen más importancia debido a que estos afectan directamente el desempeño del graduado en el ámbito laboral y profesional por lo cual tienen mayor relevancia en el momento de asignar los puntajes. Por último cabe resaltar que estos serán abordados a profundidad en el siguiente capítulo.

En la siguiente tabla se observa la calificación obtenida por cada indicador de acuerdo a su nivel de importancia.

6.3. Nivel de Pertinencia Social del Programa de ATH de la U.P.T.C.

Tabla 39 Calificación nivel de pertinencia social Programa ATH

Indicadores por competencias		
Competencias	Indicador	Calificación del indicador %
Saber hacer (formación procedimental)	Habilidades gerenciales(toma de decisiones)	5.33%
	Destreza en el manejo de software especializado	---
Saber conocer (formación conceptual)	Nivel de comunicación oral en un segundo idioma	---
	Nivel de comunicación escrita en un segundo idioma	---
	Grado de conocimiento de normas de calidad, a implementar en el sector	5.33%
	Grado de motivación para realizar estudios de posgrado en el área	---
Saber ser (formación integral)	Disposición para trabajo en equipo	5.33%
	Nivel de liderazgo en el que se desempeña	5.33%
	Grado de motivación para el autoaprendizaje	5.33%
Indicadores Plan de Estudios		
Grado de satisfacción con los contenidos temáticos del plan de estudios con relación a su desempeño laboral		5.33%
Grado de coherencia de las practicas académicas con el plan de estudios		5.33%
Grado de coherencia de los laboratorios con el plan de estudios		5.33%
Nivel de importancia de las pasantías para su posterior vinculación en el ámbito laboral		5.33%
Nivel de actualidad de los contenidos del plan de estudios con respecto a su desempeño laboral		---
Grado de coherencia del plan de estudios y sus contenidos con relación a su desempeño laboral		---
Indicadores de Empleabilidad		
Tasa de ocupación		2.85%
Tasa de desempleo		---
Nivel de emprendimiento		---
Tiempo de inserción laboral al año de egreso de cursado el programa A.T.H.		2.85%
Empleo inadecuado por competencias		2.85%
Salario		---
Modalidad de contratación		2.85%
TOTAL		59.37%

Calificación nivel de pertinencia social Programa ATH. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, (Cárdenas y Sánchez, Mayo 2017).

Tabla 40 *Nivel de pertinencia social de la Escuela de ATH*

Nivel	Rango
<i>Bajo</i>	0% a 25%
<i>Aceptable</i>	25,1% a 50%
<i>Sobresaliente</i>	50,1% a 75%
<i>Alto</i>	75,1% a 100%

Nivel de pertinencia social de la Escuela de ATH. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, (Cárdenas y Sánchez, Mayo 2017).

El nivel de pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera es sobresaliente constituido por un total de 59.37% del total de cumplimiento de los indicadores establecidos para este estudio; teniendo en cuenta que el valor máximo en este rango de sobresaliente es 75% y el mínimo es 50,1%. Esto está sustentado en las percepciones de los graduados de ATH (2008-2016), empleadores y expertos en Turismo y Hotelería, quienes a partir de la aplicación de los instrumentos de medición como encuestas y entrevistas permitieron la calificación de los indicadores propuestos en el presente estudio que surgieron a partir de los 4 aspectos planteados por el CNA en la característica 3 correspondiente a Pertinencia Social.

Finalmente cabe resaltar que la Escuela de ATH tiene varios aspectos en los que se debe centrar para lograr la satisfacción de las necesidades del entorno al que está impactando; estos aspectos son muy específicos y se resaltan en la evaluación de los indicadores, a su vez estos están clasificados en la siguiente tabla teniendo en cuenta su nivel de criticidad.

Tabla 41 *Indicadores por nivel de criticidad*

Indicador	Niveles	Descripción
Nivel de comunicación oral en un segundo idioma / comunicación escrita en un segundo idioma.	ALTAMENTE CRÍTICOS	Es de vital importancia que se les atienda ya que afectan directamente el desempeño de los graduados de la Escuela de A.T.H. (2008-2015) y a su vez son contemplados como importantes por los expertos y empleadores.
Destreza en el manejo de software especializado		
Nivel de actualidad de los contenidos del plan de estudios con respecto a su desempeño laboral	MEDIANAMENTE CRÍTICOS	Estos indicadores son tenidos en cuenta por los graduados y se ubican específicamente en las competencias del conocer y se puede ir mejorando gradualmente mediante disposiciones internas de la Escuela de A.T.H.
Grado de coherencia del plan de estudios y sus contenidos con relación a su desempeño laboral		
Nivel de emprendimiento		
Grado de motivación para realizar estudios de posgrado en el área.	BAJO NIVEL DE CRITICIDAD	Estos indicadores dependen del tratamiento que reciban tanto los indicadores críticos como los medianamente críticos.
Tasa de desempleo		
Salario		

Indicadores por nivel de criticidad. Estudio de Pertinencia social de la Escuela ATH, UPTC, (Cárdenas y Sánchez, Mayo 2017).

Si se desean abordar a profundidad estos indicadores y las variables que en estos influyen directamente, ver Anexo 17.

7. Capítulo 6: Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones.

Se evidencia en los graduados ATH (2008-2016) que la mayor dificultad al ingresar en el campo laboral es la falta de experiencia, seguida de la falta de manejo de un segundo idioma lo cual genera un contraste referente a los resultados positivos en ítems como el tiempo para lograr su primer empleo donde predomina el periodo de tiempo de menos de 4 meses y tipo de contratación que prevalece en término indefinido, por lo tanto se puede inferir que al superar la barrera de la experiencia los graduados en su mayoría logran insertarse con éxito en el medio laboral.

Los resultados son positivos para los graduados de ATH (2008-2016) en cuanto a la zona de impacto de su desempeño laboral ya que se tiene presencia a nivel Nacional en diferentes departamentos y se observa un grado de internacionalización más puntualmente en los países de Reino Unido, Italia, USA y República Dominicana, lo cual indica que los profesionales graduados de la EATH se encuentran compitiendo en un mercado laboral internacional y que en algunos casos han logrado insertarse en éste satisfactoriamente.

En el caso de los empleadores se observa en general un nivel de satisfacción positivo con respecto al desempeño de los graduados ATH, resaltándose el nivel de liderazgo, el trabajo en equipo y el conocimiento de aplicación de normas de calidad como los ítems con mayor puntuación, lo cual muestra la aceptación que tienen los Administradores Turísticos y Hoteleros de la UPTC en el medio laboral.

Con base en la caracterización del perfil profesional propuesto por medio de la información primaria brindada por estamentos externos al programa, se observa que el perfil profesional que plantea la escuela tiene coherencia con el medio, resaltando que se debe partir de las competencias interpersonales ya que éstas determinan la construcción del perfil profesional de un Administrador

Turístico y Hotelero y adicionalmente concuerdan en la importancia de desarrollar las competencias sistémicas (SABER HACER) ya que en la actualidad las organizaciones buscan profesionales que cuenten con conocimientos pero aún más importante que los sepan aplicar.

Se encontró un alto grado de satisfacción en los graduados con respecto a la coherencia que tiene el plan de estudios del programa ATH con la realidad encontrada en el medio laboral, quienes dieron una valoración positiva como evaluadores a los ítems de prácticas académicas, laboratorios, y es de resaltar que un 81,5% de los graduados afirman que la pasantía fue de vital importancia al momento de incursionar por primera vez en el medio laboral.

Se identificaron aspectos vitales en donde la escuela de ATH tiene la posibilidad de mejorar, lo cual generaría un impacto directo en el desempeño profesional del graduado de ATH y de igual manera en la satisfacción de las necesidades del entorno, estos son: los idiomas, el manejo de software especializados y la actualidad de los contenidos del plan de estudios, los cuales se relacionan directamente con el cuerpo docente y las metodologías utilizadas en la academia, pero se resalta que desde el años 2016 la EATH ya se encuentra capacitando a los estudiantes el manejo de GDS.

Al obtener información por parte de estamentos externos al programa como lo son los empleadores, expertos y graduados, se obtiene una visión real del impacto que éste genera a través de desempeño laboral de sus graduados, identificando que es importante vincularlos en este tipo de procesos, ya que se evidencia que éstos sienten que pueden aportar en el mejoramiento del programa y adicionalmente es de vital importancia para ellos sentir que su opinión es tomada en cuenta lo que contribuye en el sentido de pertenencia que desarrollan los egresados en favor de la EATH y la UPTC. Finalmente es clave tener una continuidad en este tipo de estudios ya que permiten el mejoramiento continuo de la EATH en concordancia con las necesidades del medio.

7.2 Recomendaciones:

Las recomendaciones que a continuación se exponen, se encuentran basadas en las percepciones y comentarios plasmados por los graduados del programa de ATH (2008-2016), empleadores y expertos en los instrumentos de recolección de información primaria aplicados (Encuestas y entrevistas) y adicionalmente también son el resultado del trabajo de campo que realizaron las investigadoras para la elaboración del presente documento. Finalmente las recomendaciones son las siguientes:

Debe dársele la importancia que merece el idioma inglés, incorporándose en el plan de estudios como una asignatura en todos los semestres del programa y adicionalmente exigiendo un examen externo que certifique el cumplimiento de este requisito para poder optar por el título de Administrador Turístico y Hotelero.

La Escuela de ATH debe contar con las licencias de software especializados tanto GDS como de operación hotelera y de igual manera la planta docente debe estar capacitada para el desarrollo de esta competencia.

Los graduados deben enfocar sus estudios de posgrado en la planificación turística, ya que se evidencia que esta es la principal falencia en el sector del turismo y la hotelería, por lo cual es el principal reto que deben afrontar los profesionales en ATH.

La escuela de ATH debe realizar una evaluación interna de los contenidos que conforman el plan de estudios y las necesidades del medio turístico y hotelero, con la finalidad de realizar las debidas reformas al currículum.

Desarrollar las asignaturas del plan de estudios integrando los estudios de caso como principal herramienta metodológica.

Crear una bolsa de empleo que permita conocer las vacantes disponibles en el medio laboral, para los profesionales de ATH principalmente para los recién graduados.

Fomentar la experiencia laboral dentro del pregrado, por medio de prácticas laborales de corta duración, donde se pongan en práctica los conocimientos aprendidos para que finalmente se pueda realizar una pasantía completamente integral.

Reforzar en lo que respecta al emprendimiento, mediante metodología innovadora y vinculando todas las asignaturas del plan de estudios en torno a esta temática.

Implementar una entrevista como requisito para ingresar como estudiante al programa de pregrado en Administración Turística y Hotelera donde se identifiquen las competencias interpersonales básicas que deben poseer los futuros profesionales para el desarrollo de esta profesión.

8. Referencias

- Alves, T., Marreiro, M., Duarte, M. (2012). Competencias y habilidades necesarias de los gestores de hoteles de lujo y super lujo. Un estudio de caso en el Polo Turístico Via Costeira, Natal, Brasil. *Estudios y perspectivas en Turismo*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/>
- Arquero, J., Donoso, J., Jimenez, C., Gonzales, J. (2009, 12, 2). Análisis exploratorio del perfil demandado para Administración y dirección de empresas: implicaciones para el área contable. *Revista de Contabilidad*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/>
- Barradas, P. (26 de Junio de 2015). Conocimiento, investigación y metodología en Administración: reflexión y aproximaciones. *Administración y Organizaciones*. Volumen (18), p143-160.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá D.C, Colombia: Pearson.
- Bonilla Castro, E., Hurtado Prieto, J., & Jaramillo Herrera, C. (2011). La Investigación, Aproximaciones a la Construcción del Conocimiento Científico. Mexico: Alfaomega. Obtenido de <https://laotracedra.files.wordpress.com/2015/09/la-investigacion-bonilla-hurtado-jaramillo-capitulo-2.pdf>
- Caicedo, M. (2007). Éxito profesional. *Revista código*. Recuperado de: <http://www.revistas.lasalle.edu.co/>
- Catillo, M., Zúñiga, A. (24 de Agosto de 2012). Caracterización de la formación en Turismo, como uno de los pilares fundamentales de la competitividad turística en Colombia. *Turismo y Sociedad*. Volumen (13), pp. 227-249.
- Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior CONPES. (2009). Año de la educación para la innovación y competitividad. Recuperado de <http://www.colombiaaprende.edu.co>
- Consejo Académico de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. (2004). *Por la cual se aprueba la reestructuración del plan de estudios del programa Administración Turística y Hotelera y se adopta la conversión a créditos académicos*. (Resolución N°.37). Recuperado de <http://www.uptc.edu.co/>
- Consejo Nacional de Acreditación. (2013). *Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado*. Recuperado de <http://www.cna.gov.co/>
- Consejo Superior de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. (2014). Acuerdo N°. 055. Recuperado de <http://www.uptc.edu.co/>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2005). Guía para diseño, construcción e interpretación de indicadores Estrategia para el fortalecimiento estadístico territorial. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/>

- Escuela Administración Turística y Hotelera. (2012). *Informe final de autoevaluación con fines de renovación de la acreditación*.
- Global Travel Association Coalition. (2015). *Powering travel & tourism into the next decade an agenda for growth and development*. Recuperado de <http://www.unwto.org/>
- Martínez, C. (2012). *Estadística básica aplicada*. Bogotá D.C, Colombia: Eso Ediciones.
- Martínez, C. (2012). *Estadística y Muestreo*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Martínez, R. (2007). Gestión, evaluación y calidad en la diversificación de la educación superior en América latina. *Revista Gestão Universitária na América*. Recuperado de <http://www.redalyc.org.com/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Turismo para la construcción de la paz*. Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/>
- Ministerio de educación nacional. (1953). *Decreto 2655 de octubre 10 de 1953*. Recuperado de <http://www.mineduacion.gov.co/>
- Ministerio de educación nacional. (2002). *Decreto 230 Aspectos relacionados con la evaluación interna*. Recuperado de <http://www.mineduacion.gov.co/>
- Miranda, C. (2007). Educación superior, mecanismos de aseguramiento de la calidad y formación. *Estudios pedagógicos*. Recuperado de <http://www.redalyc.org.com/>
- Ley general de Turismo y se dictan otras disposiciones (1996). *Disposiciones y principios generales* Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/>
- Ley 30 de diciembre 28. (1992). *Fundamentos de la educación superior* Recuperado de <http://www.mineduacion.gov.co/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1995). *Documento de política para el cambio y el desarrollo en la educación superior*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2016). *La UNESCO y la educación*. Recuperado de <http://www.unesco.org/>
- Pedroza y Dicovsky. (2006). *sistema de análisis estadístico SPSS*. Managua, Nicaragua. Recuperado de <http://www.books.google.com.co/>
- Pupiales, B. (2012). De la pertenencia social y la pertinencia académica del currículo del programa de licenciatura en artes visuales de la Universidad de Nariño de la ciudad de san Juan de Pasto-Colombia. *Revista de la facultad de ciencias económicas y administrativas*. (13), p. 123.

- Ruiz, I. (2008). La evaluación basada en competencias. Recuperado de <http://www.cca.org.mx/profesores/df>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.
- Sistema nacional de acreditación. (2013). *Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado*. Recuperado de <http://www.cna.gov.co/>
- Universidad Francisco de Paula Santander. (2013). *Hacia un modelo para evaluar la pertinencia social en la oferta académica de la Universidad Francisco de Paula Santander*. Recuperado de <http://www.mineducacion.gov.co/>
- Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia. (2016). *Información de la escuela Administración turística y hotelera*. Recuperado de <http://www.uptc.edu.co/>
- Urbán, F. (1980). Un método de investigación de origen psicolingüístico: el diferencial semántico. *Cauce: Revista de filología y su didáctica*. Recuperado de: <http://www.dialnet.unirioja.es/>
- Villanueva, M. (2003). *Propuesta metodológica para el diseño de documentos curriculares con base en estudios de pertinencia y factibilidad* (tesis para obtener maestría). Universidad de Colima, México.

9. Anexos.

Anexo 1 Encuesta a graduados ATH (2008-2016)

El objetivo de la investigación es determinar la pertinencia social del programa A.T.H, de la U.P.T.C, desde las percepciones manifestadas por los graduados correspondientes al período 2008-2015.

Se le solicita responder lo más objetivamente posible garantizándosele absoluta reserva de su información y que esta no será tratada de forma individual.

- Por favor marcar la respuesta según corresponda.

1. Año de graduación

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016

2. Los siguientes aspectos de formación académica ¿De qué manera han impactado en el posterior desempeño de su profesión?

Aspectos	Determinante	Algo determinante	Poco determinante	Nada determinante
La Escuela de A.T.H				
Grupo docente				
Normatividad disciplinaria				
Normatividad Académica				

3. El perfil profesional en el cual fue formado, cumplió con la realidad encontrada en el medio laboral.

Perfil profesional	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Nivel de comunicación oral en un segundo idioma.					
Nivel de comunicación escrita en un segundo idioma					
Habilidades gerenciales (Toma de decisiones)					
Grado de conocimiento y aplicación de normas de calidad, a implementar en el sector.					
Destreza en el manejo de software especializado.					
Trabajo en equipo					

4. Desde su punto de vista califique, ¿cuál es el grado de coherencia del plan de estudios con los siguientes aspectos? Teniendo en cuenta que 1 es el menor y 5 el mayor grado de coherencia.

Aspectos	1	2	3	4	5
<i>Prácticas Académicas</i>					
<i>Laboratorios</i>					
<i>Desempeño laboral</i>					
<i>Manejo de Personal</i>					

5. ¿La pasantía fue realmente importante para su posterior vinculación al ámbito laboral?

Absolutamente Sí ___ Sí ___ No___ Absolutamente No ___

6. Grado de satisfacción con respecto a los contenidos temáticos del plan de estudios de las áreas de Administración, Turística y Hotelera en relación con el desempeño laboral. Entendiendo que 1 es el de menor nivel de satisfacción y 5 es el de mayor nivel de satisfacción.

1. Área administrativa	1	2	3	4	5
Contabilidad y costos					
Finanzas					
Mercadeo					
Gestión del talento humano/ Administración Talento H					
Sistemas Operativos como software					
Administración y Organizaciones					
Investigación					
Formulación y Evaluación de Proyectos					
Economía					
2. Área Turística	1	2	3	4	5
Fundamentos Teóricos en Turismo					
Nuevas Tendencias del Turismo					
Geografía					
Patrimonio					
Gestión Turística Local					
Investigación					
Animación Sociocultural					
3. Área Hotelera	1	2	3	4	5
Manejo de las TIC'S					
Gastronomía					
Gestión de la Hospitalidad					
Enología					
Organización de Eventos					
Administración de Agencias de Viajes					
Calidad de los Servicios					
Gestión del Talento Humano					
Investigación					

7. Teniendo en cuenta la anterior pregunta, ¿Considera que el contenido del plan de estudios se encuentra actualizado de acuerdo a lo exigido en el entorno laboral?
 ___Absolutamente Sí ___Sí ___No ___Absolutamente No

Si su respuesta es negativa, ¿Por qué?_____

8. ¿Tiempo para lograr su primer empleo?

___ Menos de 4 meses

___ 4 a 8 meses

___ 8 a 12 meses

___ 12 A 16 meses

___ Más de 16 meses

9. ¿Cuáles son los estudios de posgrado que ha realizado?, especifique institución y título obtenido

Nivel	N°	Título obtenido	Institución
Diplomados			
Especializaciones			
Maestrías			
Doctorados			
Posdoctorados			
Otro			

10. ¿Cuáles son las principales dificultades que ha encontrado para obtener empleo?

☐ Edad ☐ Manejo de un segundo idioma
☐ Experiencia ☐ Salario
☐ Universidad de origen ☐ Falta de tarjeta profesional
☐ Cargos muy competidos ☐ Género
☐ Renombre de la Escuela A.T.H.
☐ Otro, ¿Cuál? _____

11. ¿En este momento se encuentra trabajando? SI ____ NO ____

En la actualidad me desempeño en:

Nombre de la Organización _____ Ubicación _____

Cargo _____

Empresa de su propiedad: SI ____ NO ____

12. ¿Cuál ha sido el principal medio para obtener empleo?

☐ Redes sociales ☐ Redes de contactos (amigos, familiares, colegas)
☐ Empresas casa talentos o head hunters ☐ Oficinas de egresados de la U.P.T.C
☐ Oficinas de empleo ☐ Prensa escrita
☐ Recomendación Personal ☐ Por concurso
☐ Otro ¿Cuál? _____

13. ¿Cuál es el nivel de liderazgo que ejerce en su desempeño laboral?

Bajo	1	2	3	4	5	Alto
-------------	---	---	---	---	---	-------------

14. Aproximadamente, ¿En qué rango está ubicado su salario actual? (\$689.454. Para el año 2016)

☐ Menos de 1 SMLMV ☐ De 5 a 8 SMLMV
☐ De 1 a 3 SMLMV ☐ Más de 8 SMLMV
☐ De 3 a 5 SMLMV

15. ¿En qué segmento empresarial se encuentra la organización en la que se desempeña laboralmente?

☐ Microempresa (No superior a los 10 trabajadores, activos inferiores a 500 SMLMV).
☐ Pequeña Empresa (Entre 11 y 50 trabajadores, activos entre 501 y menos de 5.000 SMLMV)
☐ Mediana Empresa (Entre 51 y 200 trabajadores, activos entre 5.001 hasta 30.000 SMLMV).
☐ Grande Empresa (Más de 200 trabajadores, activos superiores a 30.000 SMLMV).

16. ¿Actualmente con qué “Modalidad laboral de contratación” se encuentra vinculado?

☐ Contrato a término fijo ☐ Contrato a término indefinido

___ Contrato de aprendizaje
___ Contrato de obra o labor
___ Otra. ¿Cuál? _____

___ Contrato temporal, ocasional o accidental
___ Contrato civil por prestación de servicios

- ¿Le interesaría conocer los resultados de la investigación?

Sí___ No___

Exprese si tiene algún comentario, observación o recomendación:

Muchas Gracias...

Anexo 2. Encuesta a empleadores

El objetivo de la encuesta es determinar la pertinencia social del programa A.T.H, de la U.P.T.C, desde las percepciones manifestadas por parte de los empleadores de las organizaciones en las que se encuentran vinculados laboralmente los graduados de dicho programa. Se le solicita responder lo más objetivamente posible garantizándosele absoluta reserva de su información y que esta no será tratada de forma individual.

Nombre de la empresa _____ **Ubicación** _____

- | | |
|---|--|
| 1. Sector al que pertenece la empresa
___Publico
___Privado
___Mixto | 2. Ámbito de la empresa
___Multinacional
___Nacional
___Departamental
___Municipal |
|---|--|

3. ¿Cuál es la percepción que tiene del Administrador Turístico y Hotelero de la U.P.T.C en su desempeño profesional? Frente a los siguientes aspectos

Desempeño profesional	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Nivel de liderazgo				
Trabajo en equipo				
Manejo del personal				
Manejo del segundo idioma				
Habilidades gerenciales (toma de decisiones)				
Conocimiento y aplicación de normas de calidad				
Manejo de software especializados				
Grado de motivación para el auto aprendizaje				

4. Marque con una X según corresponda:

Aspectos	SI	NO
En los últimos 5 años usted ha contratado a un egresado de A.T.H		
En los últimos 5 años ha admitido pasantes de A.T.H en su organización		
Si su respuesta anterior es si, alguno de ellos ha sido vinculado a la organización posteriormente.		

5. ¿Valore el grado de satisfacción del desempeño profesional del graduado de A.T.H en su organización?

Satisfecho	5	4	3	2	1	Insatisfecho
------------	---	---	---	---	---	--------------

6. Desde su punto de vista ¿cree que los técnicos y tecnólogos están reemplazando los cargos que deberían ocupar los profesionales en el sector turístico y hotelero? ¿Por qué? _____

7. ¿En qué nivel cree que se encuentra, el profesional de Administración Turística y Hotelera de la U.P.T.C; frente a otras escuelas o disciplinas profesionales semejantes?

Superior		Igual		Inferior	
----------	--	-------	--	----------	--

8. En la actualidad y en su criterio, ¿Cuáles son las principales habilidades que exige el medio turístico y hotelero a los profesionales de Administración Turística y Hotelera? _____

9. En el momento de contratar a un profesional califique los siguientes criterios en los que se basa (Teniendo en cuenta que 1 es el más bajo y 5 el más alto grado de importancia).

Criterios	5	4	3	2	1
Desempeño laboral de pasantes					
Prestigio de la universidad					
Institución de educación superior publica					
Publicidad					
Desempeño laboral de graduados					
Prestigio del programa A.T.H.					
Años de trayectoria del programa A.T.H					

10. ¿Cuál es la percepción que tiene sobre la escuela de Administración Turística y Hotelera de la U.P.T.C?

Buena	5	4	3	2	1	Mala
--------------	----------	----------	----------	----------	----------	-------------

11. ¿Cuál cree usted que es el principal aspecto a mejorar del graduado de A.T.H? ¿Por qué?

12. Califique el nivel de importancia de las competencias requeridas en los profesionales de Administración Turística y Hotelera en el entorno laboral. Tenga en cuenta que 5 es el más alto nivel de importancia y 1 el menor.

Competencias	5	4	3	2	1
Capacidad de diseñar y elaborar nuevos productos y servicios					
Manejo del segundo idioma					
Habilidad en manejo de sistemas operativos					
Capacidad de trabajar en equipo					
Capacidad en la toma de decisiones					
Capacidad de implementación de estándares de calidad					
Manejo e interpretación de información contable, financiera y de costos					
Formulación y evaluación de proyectos					
Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente en las nuevas tendencias del sector turístico y hotelero					

Expresa si tiene algún comentario, observación o recomendación:

Muchas Gracias

Anexo 3. Entrevista 1.

Letra E: Responde el entrevistado.

Letra S: Entrevistador.

E: Bienvenidos, siéntase muy bienvenida la universidad porque somos aliados estratégicos, fuera que la universidad pertenece como socia gerente del gremio.

S: Esta mañana vamos a tratar un tema a cerca de la pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera de la UPTC. Entonces para dar inicio me gustaría que usted nos contara a cerca de la situación actual del sector turístico y hotelero en el país, un pequeño abrebocas de este sector.

S: Bueno. Nosotros manejamos a nivel país unas estadísticas porque de hecho tenemos el observatorio turístico y mediante convenio con la universidad de CAFAM y así mismo nosotros manejamos un portal web en donde todos los afiliados radican digamos sus estadísticas estamos hablando de número de camas disponibles para sacar digamos el porcentaje de ocupación. Así mismo estamos hablando de todo lo que es el roport todo lo que es el número de empleados que manejan y la tarifa promedio.

Si bien es cierto no tenemos digamos el 100% de los hoteles que hay por lo menos en el departamento y que hay en Colombia afiliados si tenemos el número de habitaciones y el número de camas que nos permiten decir que las estadísticas que nosotros damos, son estadísticas muy cerca a la realidad.

A nivel nacional el año pasado fue un año muy coyuntural precisamente por la situación del país se estaba hablando mucho del tema de paz, entonces el sector turístico entre comillas según el gobierno se va a ver beneficiado con el post conflicto. Sin embargo nosotros diferente a las expectativas y a lo que maneja el ministerio, habla de un 60% de ocupación, nosotros tenemos unas cifras más bajas. En el caso de Boyacá nosotros el año pasado tuvimos un año bastante difícil estamos hablando de un promedio de casi un 38% de ocupación quiere decir que bajo bastante la ocupación y nivel país hubo destinos también con baja ocupación. Se siguen manteniendo destinos como Cartagena, Bogotá, Santander se siguen manteniendo y Cali como unos destinos que manejen una ocupación no tan alta pero pues.....manejan una ocupación buena diferente a otros destinos emergentes como por ejemplo el Meta. El Meta subió en la ocupación pero sigue siendo un destino con una baja ocupación. Casanare se vio muy afectado con el tema petrolero y con la llegada de muchas

cadenas a Yopal con la expectativa del bum del petróleo peor realmente en este momento ellos están en una situación muy difícil y le están apuntando al tema del turismo porque ellos le apuntaban al tema petrolero entonces pues la idea me imagino es, yo he hablado con la directora de XXX Casanare y ella piensa que pues alianza público privada es para ver si mejoran digamos el destino.

S: Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado sobre la situación actual del sector turístico y hotelero del país, Cual ha sido la evolución o los puntos claves de evolución que ha tenido el país en los últimos años que piensa que son relevantes.

E: Mmm, definitivamente pues el tema de paz ha sido relevante. Se habla mucho de que es un país tranquilo que pueden venir los inversionistas entonces obviamente ha habido digamos la entrada de grandes cadenas hoteleras. El gobierno habla de una apoyo y de un desarrollo del turismo de naturaleza entonces pues yo pienso que eso ha sido igualmente digamos los empresarios se están preocupado por mejorar sus estándares de calidad en los establecimientos y por preparase ellos y preparar digamos a su gente.

Así mismo el incursionar en todo lo que son las herramientas tecnológicas, porque es necesarios digamos para capturar digamos turistas extranjeros también es la innovación y todo eso yo pienso que es un cambio positivo si bien es cierto no todos los huéspedes ni todos los turistas llegan mirando lo que es las redes sociales o digamos por la tecnología, pero si es bien importante el avance que se ha tenido en esto.

S: Bueno. Ahora si para el tema en específico que vamos a tratar. Desde su experiencia profesional en este sector turístico y hotelero, ¿Qué habilidades cree que deben tener los profesionales que se desempeñan en este sector? Y ¿Qué habilidades les hacen falta?

E: Pues yo pienso que un estudiante tiene que tener unas habilidades, primero que todo que la persona que ingrese de verdad sea una persona que quiera el sector y quiera su carrera. Yo pienso que la entrevista es fundamental, creo que en algunas universidades, no sé si en la universidad la eliminaron, y para mí es importante eso. Porque no podemos seguir sacando profesionales que llegan digamos como coyunturalmente porque no pasaron en otras carreras que ellos querían y entonces, a no voy a estudiar hotelería y turismo porque lo ven como siempre como un paseo no lo ven realmente con la importancia y con la seriedad que realmente requiere. Entonces yo pienso que sí, que la universidad debe tener mucho cuidado

digamos en la escogencia de los potenciales administradores turísticos y hoteleros que vaya a tener la universidad.

S: Y ¿Cuáles son las habilidades que usted cree que deberían tener estos profesionales?

E: Yo pienso que una habilidad, además de que le guste porque hay habilidades innatas en uno y cosas que se aprenden, yo pienso habilidad para interrelacionarse con las personas, habilidad para aprender todo esto, habilidad para digamos el desempeño, aprender y desempeñarse y que le guste y digamos además de las habilidades es, ser conscientes de que uno para poder gerenciar debe aprender. Entonces los muchachos ahora salen y quieren ya ser gerentes y o ser directores de turismo o ser gerentes de un hotel y eso es muy difícil uno tiene que hacer una carrera. Yo le digo yo para estar donde estoy, llevo 20 años y yo no nací así, llevo 20 años, entonces eso requiere de una experiencia de una experticia y que le guste a uno y estar seguro de lo que uno, y tener don de gentes, eso también es algo bien importante en esta profesión.

S: ¿Qué opina acerca del manejo de un segundo o los idiomas para poderse desempeñar?

E: ¡Importantísimo Importantísimo! Pero yo pensaría que debería ser una exigencia, por ahí digamos una exigencia como lo son en otras universidades y en otras carreras o sea un segundo idioma, por lo menos el inglés y que sea requisito para graduarse.

S: Bueno, teniendo en cuenta lo anterior, ¿Ha tenido algún contacto con un profesional egresado de la UPTC del programa de ATH y qué percepción le dejó en cuanto a su desempeño profesional en este sector?

E: Mmm Bueno. Yo llevo al frente de XXX 10 años y he tenido pasantes de la escuela y uno entiende que hay cosas que digamos que ellos no conocen digamos que nos son expertos en esto, pero digamos que lo que ellos me han aportado acá. Digamos que he tenido suerte. Salvo dos casos especiales, pero he tenido suerte en cuanto a los pasantes que han llegado acá. Son personas que me han aportado y que tienen como sus habilidades en diferentes campos y que como con esa disposición para aprender, entonces cuando ellos llegan yo soy muy clara y si bien les digo ustedes acá no van a aprender de pronto a tender una cama pero el simple hecho de estar en contacto con los empresarios, porque la junta directiva de XXX son empresarios son los gerentes de los hoteles son 10 personas que son

gerentes de hoteles. Entonces cuando asistimos a las juntas directivas ellos se percatan de las problemáticas del sector, se dan absolutamente cuenta de todo. Entonces ellos interactúan el hecho de participar en eventos, porque yo les digo que vayan a eventos yo los llevo a eventos del sector entonces eso les ha permitido. A mí me interesa mucho que el profesional como mostrarle una vivencia, que se le abra el espectro que vea otra cosa y ellos aprenden mucho de esto. Porque yo veo que la universidad orienta mucho y con todo respeto muy gaseoso toso, muy gaseoso y hay cosas que como que hay que pararle bolas a toda la parte operativa de esto porque normalmente uno cuando sale siempre va a entrar a la parte operativa y luego va accediendo a la parte empresarial.

A mí me parece muy importante por ejemplo hablando del problema que tiene de los software por ejemplo para agencia de viajes, ya no podemos seguir manejando las reservas con el teléfono obvio que sí, pero para eso hay programas, entonces que salgan los estudiantes sabiendo manejar estos programas Zeus todos los programas, los software que hay especializados para agencias de viajes y para toda la parte operativa del hotel.

S: Partiendo de su experiencia profesional ¿Cuáles son las nuevas tendencias que se evidencian actualmente y a futuro en este sector?

E: Bueno, estamos hablando mucho de la tendencia de lo experiencial porque el turista está buscando mucho la experiencia, entonces osea, digamos el hotel si bien es cierto esta brindado digamos un alojamiento, alimentos y bebidas el huésped busca un plus una experiencia y los hoteles se están especializando en eso. En que el contacto con la persona nunca pasará de moda, el contacto con el huésped así Japón se invente el robot que atiende y que hace, no eso es muy jarto encontrarse con una pared y no yo pienso que eso es una cosa que nosotros aquí en Colombia tenemos, y la tendencia definitivamente en la especialización experiencial y en los estándares de calidad.

S: Muy importante. ¿Cree que es indispensable para los profesionales en hotelería y turismo realizar estudios en postgrado o es de mayor relevancia la experiencia laboral?

E: Yo pienso que la experiencia laboral y luego los estudios de postgrado. Porque yo no entiendo como un estudiante puede con una especialización ya bueno opta el título, yo pienso que es importante la parte de experiencia. Y a universidad debe abrir convenios y debe tener muchas relaciones, yo pienso que la UPTC tiene una dependencia que se llama de relaciones internacionales, yo pienso que todo estudiante debe tener una experiencia

internacional. Empezar acá pero no ir de una a lo internacional, si no poco a poco. Antes había en la época que yo terminé, nosotros teníamos tres prácticas de acuerdo a la operación del hotel. Empezábamos con el tema de alojamiento, luego alimentos y bebidas y luego el tema de agencias de viajes. Obviamente que todo eso iba ligado a la parte administrativa, de pronto tú tenías suerte y digamos ibas de una y no ibas a ser camarera. A mí me pasó yo en una pasantía llegué a ser ama de llaves porque el hotel utilizaba a los pasantes entonces mandaba a vacaciones a la titular y lo dejaban a uno ahí, entonces si bien es cierto es un choque pero fue pues una experiencia.

S: Y hablando a cerca de los postgrados ¿Cuál sería el mayor postgrado de mayor relevancia en esta área desde su punto de vista?

E: Yo pienso que no es cuál es la importancia o desde mi punto de vista pero yo no lo hablaría como le dijera, no sería objetiva. Sería muy subjetivo si yo le dijera cual sería un postgrado porque todos tienen. Ya hoy en día la gente trata de buscar, yo veo que los estudiantes de hotelería no piensan en que voy a estudiar una gerencia en mercadeo para aplicarla al hotel, si no yo tengo que abrir mi perfil para conseguir trabajo en otra cosa, si no consigo en hotelería consigo trabajo en otra cosa, porque ese postgrado le va a permitir abrir puertas, entonces yo pienso que eso es de cada quien. De que si yo quiero trabajar en esto entonces yo voy a hacer una especialización en tal o cual cosa. Pero yo pienso que la parte gerencial sería importante en alguna de las áreas de las operaciones del hotel, pero especial como lo hace el externado el externado hace macro pero también hace especializaciones por ejemplo: Gerencia en no sé qué de recursos humanos en el sector turístico y hotelero. Nosotros hicimos un diplomado acá, en gerencia para hoteles lo hicimos con la universidad para gerentes de hoteles y parte de turismo muy especializados. Es importante, pero eso va en cada quien en donde se quiera desempeñar.

S: Ok. Y bueno teniendo en cuenta todo lo anterior y viendo pues la relación que debe tener la escuela con lo que realmente se está viendo en el medio, ¿Cuáles son los temas que se deben privilegiar en la formación de hotelería y turismo?

E: Claro, yo me oriento a la parte hotelera porque yo soy muy orientada hacia esa parte, aunque he trabajado también en turismo, si hablamos de la parte de hotelería todo lo que es por secciones, la parte de alojamiento, la parte de alimentos y bebidas, lo de eventos está bien pero orientado hacia todo lo que es organización todo lo que es protocolo, todo lo

que son precedencias, toda esa parte, la parte administrativa la parte gerencial, alimentos y bebidas y todo lo que es la parte cultural, toda la parte de gastronomía.

Para la parte de turismo es bien importante la geografía turística, pero la geografía turística tanto de acá como del mundo y que empecemos por lo menos a si sea a conocer lo nuestro, porque yo tengo la experiencia de pasantes que llegan y no saben dónde queda Chita ni en donde queda o que no conocen, entonces uno como promociona lo de uno, entonces yo pienso una catedra que es bien importante y que porque nosotros no tenemos acá es la parte de producto y diseño de producto turístico, nosotros no hemos podido en Boyacá tener un diseño de producto, nosotros tenemos atractivos pero no hemos consolidado un producto como tal, nosotros nos promocionamos así a la loca pero entonces es muy importante esto. y muy importante. Y yo pienso que estar a la vanguardia de todo lo que está ahorita, estamos hablando de turismo accesible, turismo incluyente, todo el tema de políticas es bien importante o sea es muy importante. Hay también otra cosa que es todo lo que es el tema laboral en el sector, porque es donde más informalidad hay, entonces es como se empapa y como todos los proyectos y todos los prospectos de administradores que van a ser ustedes se empapan en todo eso del tema laboral. Son tantas cosas que de verdad que uno quisiera, pero si tiene que ser muy integral, la carrera tiene que ser muy integral, por eso le decía yo al doctor Granados que si me gustaría no sé si es que soy de la época antigua pero nosotros vimos todo lo que era alojamiento, Clemente sabe, todo lo que era, nosotros veíamos hasta quinto semestre se veía todo lo que era lo de contaduría, los de administración y economía veía uno todo lo que era lo básico y a partir de 5 semestre empezaba a ver uno ya, entonces uno como que a veces se cansa y decía pero porque pero uno ya quería estar tendiendo camas y saber eso pero después uno empezaba ya a ver lo que era la parte técnica ya de uno entonces como básico todo lo que era introducción al alojamiento todo lo que era alojamiento reservas, técnicas de alojamiento, alojamiento reservas, habitaciones reservas, recepción todo eso reservas, luego veía todo lo que era la parte de alimentos y bebidas pero empezaba a ver todo lo que era la terminología, veía uno talleres cerrados y después ya talleres abiertos si y como que todo era así de a poquitos hasta que ya uno ya cuando a uno lo botaban era cuando ya uno veía todo el tema de servicio, toda la parte de cocina, de agencia de viajes, entonces yo veo que una falencia por ejemplo en agencias de viajes, porque yo tengo un amigo que tiene una agencia de viajes porque ellos le piden mucho el manejo de Amadeus o sea de todo los

software porque ellos si trabajan todo así en línea con las agencias de viajes y con las agencias mayoristas y ellos también exigen el idioma súper importante.

S: Bueno Doctora Martha Lucía, muchísimas gracias por haberme emitido este espacio y ya con esto finalizamos la entrevista.

E: Espero que les sirva esto como un aporte, como yo digo a veces uno no puede ser objetivo y si muy subjetivo con lo que uno piensa, pero si pienso que la carrera debe fortalecer muchísimo y en eso y yo hago énfasis en que la gente que entre debe ser porque realmente le gusta porque la gusta así sea un poquito pero que le guste. A mí me gusta yo soy una enamorada de lo que yo tengo de lo que yo hice o sea yo no me arrepiento de lo que yo he estudiado.

S: Muchísimas gracias.

E: No es que la universidad le dé todo la estudiante. Porque es muy complicado que a uno en cinco años le den todo, pero si los insumos básicos para que, depende de eso tu sabes para donde va s a agarrar. Si vas a coger por el lado de agencias de viajes, si voy a agarrar por el turismo, si voy a agarrar por la parte de hotelería, bueno no sé, es tan amplio esto, entonces eso va en el estudiante. Entonces el estudiante no se va a quedar solo en lo que le de la universidad, si no que va a buscar, va a indagar. La universidad tiene gente muy pila, tienen gente que tiene cargos muy importantes, gente que ha sobresalido que te que ha cogido por ejemplo por el lado de la parte administrativa, esta una Luz Meri que ya es gerente en estelar, es una de las gerentes de una de las cadenas del hotel estelar , Luz meri es de las primeras promociones, gente de la academia yo fui instructora del Sena, gente que ha cogido la parte académica que está en el Sena, tengo el director de calidad de XXX a nivel nacional es un egresado Edwin Bernal Tristancho es de la universidad entonces es gente que se ha preocupado por salir adelante, entonces es eso que la universidad que le de unas bases unas buenas bases para que ellos vuelen alto.

Anexo 4. Entrevista 2

Letra E: Responde el entrevistado.

Letra S: Entrevistador.

E: Con mucho gusto.

S: En esta mañana vamos a tratar un tema muy puntual que es el de la pertinencia social enfocada en este caso al programa de ATH de la UPTC. Para dar inicio Doctora, me gustaría que nos contara, ¿Qué mirada tiene a cerca de la situación actual del sector Turístico y Hotelero en el país desde el punto de vista académico?

E: Desde el punto de vista académico. Pues yo considero que, de pronto falta una formación más en la parte de emprendimiento porque pienso que de alguna medida uno se formaba más para ser empleado, pero hoy la idea es que la gente se forme más con la posibilidad de generar empresa, de generar oportunidades de negocio.

S: ¿Cuál es la evolución que ha tenido en la academia en este caso en el XXX lo que son los programas de Turismo y Hotelería?

E: Nosotros vamos de la mano con el sector productivo, pienso que el XXX tiene muy claro que nosotros tenemos que generar empresa, entonces definitivamente nosotros tenemos cursos cortos de 340 horas donde la gente ya empieza a generar unidades productivas en los diferentes municipios y demás. En los técnicos y en los tecnólogos les estamos dando un énfasis grandísimo en la parte del inglés y de francés. Un tecnólogo acá ve 360 horas de inglés y 360 horas de francés, un técnico ve 180 horas de inglés, entonces definitivamente hay que impulsar el bilingüismo es una de las cosas que son fundamentales. Nosotros tenemos un énfasis muy claro en el hacer, entonces nuestro técnicos y tecnólogos salen con una competencia muy grande en el desarrollo de habilidades y destrezas.

S: ¿Qué proyección tienen el XXX, en cuanto a estos programas?

E: Pues nuestra formación es a nivel técnica, o sea nuestro nivel es operativo, pero también estamos trabajando en el nivel tecnológico, entonces la idea es que los chicos ya puedan acceder a cargos medios a cargos de jefes de áreas, si a cargos medios, capitanes de eventos, organizados de eventos, guías de turismo. Nosotros tenemos un énfasis muy grande en la parte de guianza y turismo pues diferentes como opciones no ¡.

S: Desde su experiencia profesional en el sector turístico y hotelero ¿Qué habilidades cree que deben tener los profesionales que se desempeñan en este sector?

E: A mí me parece, que un profesional en turismo tiene que ser integral. Definitivamente nosotros vendemos servicio, entonces empieza desde la presentación personal. Definitivamente se debe tener una excelente presentación personal, no tiene que ser la persona 90 – 60 – 90, ni reina de belleza, pero si es fundamental la presentación personal, la imagen que se vede. Tenemos que tener habilidades comunicativas, tenemos que ser muy buenos receptores y saber escuchar, tenemos que tener carisma. Una persona en la parte de turismo tiene que tener carisma, ser una persona en alguna medida amable muy amable, respetuosa, tiene que ser una persona culta que tenga la posibilidad de hablar con turistas y con cualquier persona de cualquier sector.

Habilidades ya en la parte, pues prácticas no? Si yo estoy en la parte de mesa y bar pues tendré que tener habilidades específicas en la parte de servicio, en la parte de servicio, en la parte técnica. Si estoy en la recepción pues tendré que tener habilidades en la parte de manejo de un sistema y básico, yo considero que es básico también la parte del inglés.

S: Teniendo en cuenta lo que anteriormente mencionó, ¿Qué habilidades cree que le hacen falta? , o sea, con respecto a los profesionales que ha visto que han ido saliendo, de pronto alguna falencia que es muy notoria en ellos, en general.

E: Yo pienso que a nosotros nos faltó, pienso desde la carrera (ATH – UPTC) habilidades empresariales. Yo creo que muchos de nosotros intentamos empezar un negocio pero nos faltó ese empeño, esas habilidades empresariales. Creo que también nos faltó más competencias en otro idioma, o sea, uno en este momento lo ve que un profesional, de turismo debe hablar dos idiomas o sea ni siquiera es una opción de que de pronto hable, es que es mínimo 2 idiomas es que es fundamental que nosotros hablemos otro idioma.

S: Teniendo en cuenta lo anterior, ha tenido algún contacto con un profesional egresado de la UPTC, del programa administración turística y hotelera y ¿qué percepción le dejó en cuanto a su desempeño profesional en el sector? ya sea academia.

E: Bueno. Como yo como lo decía en la presentación yo acá coordino toda el área de gastronomía y turismo. Y considero que el 90% de nuestros profesionales son administradores turísticos y hoteleros. Tenemos la falencia del inglés, definitivamente tenemos la falencia del inglés. Pero uno ve que gente responsable comprometida con buenos conocimientos, me gustan los egresados de la universidad, son responsables, nos falta el inglés, nos falta el inglés. De pronto también nos falta darle un énfasis mas también en la

presentación personal a veces, nos falta desde la universidad vender esa imagen, de pronto también nos falta un poquitico meterle la idea de que nosotros tenemos que estarnos actualizándonos leyendo, capacitándonos a veces como que somos profesionales que terminamos y nos quedamos ahí y definitivamente uno ya con el pregrado no queda hay que seguir formándose un pregrado una universidad una maestría ni siquiera le garantiza a uno que pueda tener un buen campo laboral.

S: He visto que ha mencionado mucho el tema de los idiomas. ¿Usted cree que la universidad debe fomentar en los estudiantes y debe darles las herramientas para que ellos adquieran los idiomas, o piensa que ya es como responsabilidad individual de cada persona?

E: No, yo pienso que la universidad debe dar la herramienta, debe dar la herramienta. Yo me fui a estudiar a una universidad en Bogotá y ellas tienen una clase que se llama business una clase completa en inglés. Entonces yo pienso que nosotros debemos dar las herramientas, la universidad debería tener posibilidades de intercambio de ir uno a hacer 2 semestres en un sitio que obligatoriamente hablen inglés o sea muchas universidades lo tienen. Yo no sé si en este momento la universidad (UPTC) lo tiene, pero uno debería tener la posibilidad así como muchas universidades acá lo tienen que uno va y hace los últimos dos semestres en una universidad diferente y el énfasis debería ser, no sé, si alguien quiere aprender inglés o francés o mandarín o lo que sea pero que uno salga manejando un segundo idioma.

S: Partiendo de su experiencia profesional, ¿Cuáles son las tendencias que se evidencian actualmente y ha futuro en el sector turístico y hotelero?

E: Bueno, las nuevas tendencias, tenemos que tener un fuerte componente en la parte de sostenibilidad turística de calidad turística. Pienso que son tendencias bien marcadas la calidad, estandarizar, toda la parte ambiental, toda la parte de sostenibilidad, ese es un enfoque que hay que darle a los estudiantes.

S: ¿Cree que es indispensable para los profesionales en turismo y hotelería realizar estudios de posgrado o es de mayor relevancia la experiencia laboral?

E: Hay que hacerlo. Yo puedo hablar de mi experiencia personal yo hice una especialización e hice maestría y en este momento pues estoy en una organización que me permite crecer y considero que debo hacer un doctorado, entonces definitivamente si uno quiere crecer en una organización de seguir capacitándose.

S: Y en cuanto al profesional, digamos que piensa de tomar una especialización para optar el título, ¿cree que es un buen enfoque?

E: Es válido porque me parece que salen con un énfasis, acá hemos tenido personas que han terminado por ejemplo en la parte de patrimonio, en la parte de turismo sostenible, me parece que le da un enfoque y también que de alguna manera perfila a esa persona hacia una línea de trabajo.

S: ¿Ve que este enfoque le permite digamos acceder a empleos enfocados a la academia o también en el lado empresarial o del sector como tal?

E: Yo creo que en ambos le apunta, porque por lo menos acá a nivel de academia si yo necesito un instructor que oriente patrimonio y llega un instructor que tiene una especialización en patrimonio pues me cae de perlas, o si yo necesito un instructor que maneje norma de sostenibilidad turística para orientar me sirve. Pero igual si él llega a un hotel y están aplicando la norma pues le va a servir, entonces me parece que le aplica.

S: En este momento cual sería el posgrado que se encuentra como de mayor relevancia o si se está apuntando a un tema en específico que note que los profesionales están accediendo a este tipo de posgrados?

E: Estoy de pronto un poquito desactualizada pero, la parte de patrimonio es vigente, la parte de turismo sostenible es vigente, también tenemos que mirar también cuales son las líneas de Boyacá, no sé, habla de turismo de naturaleza, de turismo de salud me parece que son muy validas.

S: En su concepto, ¿Cuáles son los temas que se deben privilegiar en la formación en turismo y hotelería?

E: Nuevamente yo insisto con el inglés, con los idiomas, con la parte de emprendimiento. Bueno la parte administrativa es básica pero con nuevas tendencias, ojala a no lo formaran no solo aprendiendo la teoría si no estudios de casos, situaciones reales, como para cuando uno se enfrente a la situación real sepa como es. La parte prospectiva que nosotros sepamos para dónde va el sector y que uno pueda proyectar, porque en la parte de administración eso es básico. Uno se queda como estancado y es básico tener la parte prospectiva de las organizaciones y también considero que estamos un poquitico, yo considero que la universidad debería tener opciones de maestría en turismo doctorados en turismo, porque somos el alma mater de Boyacá, entonces deberíamos tener esas opciones.

S: Con esto ya finalizamos nuestra breve intervención y entrevista. Me resta es darle las gracias por permitirnos este espacio de su tiempo. Muchas gracias.

E: No, a ti. Muchas gracias.

Anexo 5. Entrevista 3.

Letra E: Responde el entrevistado.

Letra S: Entrevistador.

S: Muy buenas tardes

E: ¿Que tal como ha estado?

S: En esta tarde vamos a tratar unas preguntas muy puntuales, que se van a enfocar a demás en la pertinencia del programa Administración Turística y Hotelera de la U.P.T.C.

Para iniciar con esta entrevista, Nos podría contar ¿Qué mirada tiene a cerca de la situación actual del sector Turístico desde el punto de vista de las Agencias de viajes a nivel del país?

E: Sí, ¿enfocada en que línea? Porque las agencias de viajes tienen muchas problemáticas dependiendo del sector al que se ubiquen. A que me refiero con esto:

1. Si es una operadora o una agencia de viajes en el perfil receptivo tiene una problemática muy diferente a la que son emisivos, inclusive dentro de los emisivos son dos problemáticas diferentes a las que manejan vacacional como corporativo. Y le podemos sumar un punto más, los que son mayoristas todavía adicional a esto hay una problemática mayor. O sea, dependiendo en qué línea nos enfoquemos, tenemos diferentes problemas a la hora de abarcar una solución, a lo que se necesite trabajar.

En lo que respecta a las empresas regionales en general, específicamente a las de turismo receptivo, con nuestro departamento de receptivos, la gran problemática que tenemos es la debilidad que tiene la cadena de valor dentro de lo que vendría a ser Boyacá, entiéndase cadena de valor como los diferentes prestadores que están o que prestan un servicio para darles un plan específico a un pasajero. Diferentes en todo aspecto, desde calidad en la atención o calidad del servicio como no tener bilingüismo en ciertos lugares donde necesitamos prestar a personas internacionales ese servicio de guianza llámese específicamente de eso. Nosotros acá en la oficina manejamos portugués tanto como inglés y un poco de francés, pero non son las personas que salen a acompañar a los grupos, entonces nosotros debemos contratar un guía. Doble problemática ahí, si mal no recuerdo son 64 guías que en este momento cumplen con todo lo que exige el ministerio para prestar el servicio turístico, entre eso tener registro nacional de turismo y tarjeta profesional de guía, de esos son solamente 10 los que están activos, imagínense que problemática a la hora de contratar un guía local y si le sumamos que de esos diez uno solo habla idiomas, peor. Entonces fíjense que dependiendo cual sea la línea que vamos a abarcar tenemos una problemática distinta.

Ahora si nos enfocamos a las agencias de viajes emisivas la problemática siempre es con las aerolíneas, la dificultad en la competencia, la competencia desleal que hay siempre entre los diferentes miembros de la cadena llámese las aerolíneas siempre tratando de la venta directa sin una intermediación, entonces la diferenciación de precios en tarifas, por suerte acá en Colombia a diferencia de muchos países del mundo eso está bastante regulado con una tasa administrativa, entonces eeh, se enfoca un poco más en mantener el equilibrio comercial entre todas las partes. Si queremos seguir avanzando, cuando uno es corporativo la problemática de las licitaciones, las licitaciones a nivel institucional, siempre tiene problemas en varios aspectos. Por un lado tienen que ampliar el mercado, la oferta, mejor dicho la oferta para que se propongan los tiquetes o los planes turísticos que se van a vender, entonces si la hacen muy universal a los regionales muchas veces los sacan del juego porque las grandes internacionales tiene otro, otro manejo en funcionamiento, entonces ahí se comienza a presentar una problemática en esas líneas. Como ven hay muchos factores no podemos dar una panorama, AH! Las agencias de viajes tenemos este problema, porque dependiendo de qué punto desde que horizonte estemos mirando tenemos muchas dificultades en orientación y esas so digamos puntos que en este momento me estoy acordando porque si hacemos sobre un, el receptivo una investigación exhaustiva salen muchos más problemas de los que les estoy mencionando ahora.

E: Para enfocarnos más puntualmente en la presente investigación, Desde su experiencia profesional en el sector turístico, ¿Qué habilidades cree que deben tener los profesionales que se desempeñen en este sector?

S: Bueno, principalmente y tomando el tema de la carrera de la UPTC específicamente y podemos generalizar casi a todas que son de Hotelería y Turismo, yo creo que la parte de Turismo y Agencias de viajes se la olvidan un poco, no se ve prácticamente nada. Cuando llegan acá y de hecho nosotros en estos momentos tenemos pasantes, no de la UPTC, específicamente pero de otros lados, y hemos tenido también los de la UPTC, y la gran gran falencia en este momento no conocen de Agencias de viajes o lo que les enseñan es tan poco o tan obsoleto que a nosotros prácticamente nos toca desde cero. No sé si hacia el sector Hotelero, quizá tengan una preparación mucho más fuerte, pero lo que es la ha sido la experiencia directa con nosotros hay una falta muy grande del conocimiento en viajes, en viajes en general. ¿Cómo es una cadena de valor, como liquidar unas comisiones, como se manejan las tarifas, como se arma un plan?, inclusive y que eso hasta me parece más grave, en geografía. Porque hemos tenido gente que ha venido tanto de la UPTC como de otras universidades y la gran falencia es la geografía turística. Tanto nacional, que eso me parece, yo lo digo desde el extranjero me parece que eso

lo ven en el colegio y no saben ubicar cosas fundamentales, en el internacional no saber cuáles son algunas capitales de los países más importantes, inclusive como es la especialización saber cuál o como son los aeropuertos o como funciona un avión, no desde el punto de vista del motor, si no, desde el punto de vista de la venta de un tiquete, de cómo funciona la venta de un tiquete como funciona una silla, que cabinas tiene un avión, no lo saben, directamente llegan acá y cuando les damos las capacitaciones de inducción, quedamos en cero porque realmente no sé, hacia donde está enfocado el objetivo de la materia que tengan de las agencias de viajes, pero u está obsoleto o realmente muy corto lo que les están transmitiendo que cuando llegan acá nos toca prácticamente empezar desde cero, porque nos ha pasado gente que no sabe ni siquiera liquidar una comisión.

E: Y en cuanto al software que ustedes utilizan para operar dentro de su empresa, ¿Cómo los han visto?

S: El software en qué sentido, porque nosotros manejamos muchos software, tanto de ofimática, para armar una cotización de manejo de Word y Excel, muy básico como nuestro sistema el GDS, ustedes son de Hotelería y Turismo, entonces ustedes me pueden contar, ¿Qué es un GDS? Les revoté la pregunta, el GDS es una herramienta primordial para un agente de viajes. Primordial, es un sistema de distribución global, como el Amadeus, el sabre, como el galileo, hay muchos en el mercado. Ese sistema es primordial para que alguien, no que lo sepa operar, pero por lo menos saber que existe y cuáles son las cosas básicas de su funcionamiento, nosotros después les enseñamos acá como funciona y cuáles son las cosas, pero si no saben ni siquiera que es un GDS, no pueden vender ni si quiera un tiquete. Entonces fíjense como empezamos a encontrar esa falencia, desde ya. A veces en las generaciones nuevas manejar un Excel y un Word viene implícito, vienen con el ship ya de manejo de esas herramientas, aunque no avanzadas pueden armar una carta, pueden armar una planilla en Excel o armar un Power Point lo que es ofimática no es tanto el problema, pero ya cuando empezamos a avanzar, de decir, bueno este es un sistema de distribución global y que es eso como se come, eehhh? No tienen idea. Hay tantos en el mercado y eso depende en cada uno de las regiones en que se encuentre funciona uno u otro, por ejemplo: Colombia el 92% creo que era del uso es de Amadeuz y el otro restante se divide entre galileo y Sabre o sea que es muy importante que quizá sepan sabiendo lo básico de Amadeuz porque es el sistema que más se usa. Si por ahí tienen la casualidad de que llegan a una agencia que se usa Sabre, si, puede pasar, pero por lo general el porcentaje mayor es de Amadeuz, o sea que en los sistemas en los que son de computo normal no hay problema, pero en los que son específicos si hay una problemática porque no saben y de ahí podemos empezar a ir a otros sistemas más complejos como son los de facturación como son los de

reportes, etc, etc,etc, que también los tienen que aprender, pero esos ya son inherentes más a cada una de las empresas digamos creo que quedan fuera de la educación tampoco la universidad puede saber cada uno de los sistemas que usa, pero sí por lo menos conocer un GDS, o sea ahí está me parece la falla.

E: Teniendo en cuenta lo anterior, ¿Ah tenido algún contacto con un profesional egresado de la UPTC del programa Administración Turística y Hotelera y qué percepción le dejó en cuanto a su desempeño profesional?

S: Bueno, tuvimos varios, tuvimos pasantes que nada más han hecho la pasantía y se han ido, tuvimos gente que inclusive ha estado un tiempo trabajando con nosotros pero llega un momento en que no solo los conocimientos si no en la falta de evolución no han continuado y el caso más cercano es Natalia, que está allá, es una egresada de la UPTC y está trabajando con nosotros y espero que siga por mucho tiempo porque las capacidades de ella han sido muy altas. Ahí ya no sé si es la universidad o los estudiantes pero bueno, no vamos a entrar en ese debate, pero fíjense que si hay de todo. Natalia salió muy proactiva sabe, no sabía de ningún sistema, pero con su pro actividad evidentemente evolucionó. Acá se le dieron las capacitaciones y avanzo en el proceso. Así que netamente de la UPTC tenemos la experiencia y muy cercana.

E: Partiendo de su experiencia profesional, ¿Cuáles son las nuevas tendencias que se evidencian actualmente y a futuro en el sector Turístico?

S: La mayor tendencia y que nos toca acá en Colombia y haciendo un análisis con lo que viene sucediendo en mercados más maduros, llámese mercado de Europa o mercado Norte Americano o mercado Canadiense, es que va a seguir aumentando la compra por internet. Acá si bien en internet si no tenemos una penetración muy alta y todavía la compra efectiva no es muy alta los otros mercados nos dicen que todavía va a haber un crecimiento en ese punto de venta como es el online. Hace unos seis cinco años nos decían, las agencias de viajes van a desaparecer porque internet se lo va a llevar todo, y no, no es así y no creo que eso suceda nunca porque hay varios factores. Uno siempre por más que el canal de ventas sea internet se necesita un lugar off line digámoslo así, que haga la recepción del pasajero, el viaje o los viajes son una interacción entre personas o sea que nunca va a suplantar internet al 100% la interacción con una agencia. Lo que si es que debemos evolucionar, los que no evolucionemos nos vamos a ir quedando, entonces la perspectiva es migrar hacia una conjunción online offline que nos permita un funcionamiento entre esos dos factores, la distribución online y la atención off line, creo que hay que llegar a un trabajo equitativo entre los dos sectores.

Los mercados como charlamos en asambleas de XXX y demás uno acá en Colombia estamos, podemos ver el futuro, donde vemos el futuro, en Europa o en Estados Unidos. Entonces si analizamos el mercado norteamericano que es prácticamente 100% online, entonces uno pide un café por el computador prácticamente, hemos visto en el sector de viajes que ha llegado hasta un 60 o 75% de compra online y después ha bajado y se mantiene en un 45% de compra online, o sea que tuvo su pico máximo y después la gente dijo no lo online no me satisface 100% me vuelvo lo offline. Eso por un factor de distribución, luego las agencias de viajes les podemos decir a la gente cosas que internet no les dice, dígame vamos a lo básico horarios entre conexión entre los aeropuertos, donde se puede comer, a menos que uno se pase horas, mirando internet y Trip Advisor y todas las páginas que hay, nosotros tenemos ese know how, que le facilita a un viajero un montón de cosas que internet no se los va a decir nunca, en internet uno se transforma en su propio gestor, entonces AH!! Este tiquete está súper barato compro, y resulta que después para ir a Medellín tenía 4 escalas, entonces sí, pero usted lo compro, pero si usted lo hiciese desde una agencia de viajes la gente le diría, señor si le sale súper barato pero va a estar viajando 8 horas a Medellín en un viaje de 40 minutos. Entonces esas son las cosas que solo las agencias de viajes se las podemos decir y no otro tipo de herramientas, herramientas abran muchísimas pero nosotros como agentes de viajes tenemos que saber usar esas herramientas para llegar a nuestro cliente y que termine de comprar.

E: ¿Cree que es indispensable para los profesionales en turismo realizar estudios de posgrado o es de mayor relevancia la experiencia laboral?

S: Tocamos el tema donde sí que hay una problemática aquí, si tocamos el tema te hago un comentario en Argentina no importa cuántos papeles tengas cuantos títulos digas si sabes y no te contratan. Acá me he dado cuenta que pesa mucho tener un título, de que siga yo soy Licenciado en Administración Turística y Hotelera, doctor en qué, cuanto más títulos uno dice uow y llegan acá y no saben hacer nada. Eso a mi criterio no sirve para nada. Obviamente que teniendo un conocimiento se supone que alguien llega con un bagaje de instrucciones que deberían facilitar el trabajo. Ahí entramos en un debate que mucho más amplio que ya una cosa es estudiar que leo el manual y ha si rindo un examen y me saque diez o cinco, midan las escalas acá y soy el mejor y me siento en un escritorio y no se vender. Profesional que no sabe vender no sirve para nada, desde sea un administrativo o, no digo vender al público y tener que vender un viaje, si no, todas las personas todos los empresarios deber saber vender. Venderse a uno mismo, vender que yo sé hacer algo o vender un plan, entonces yo creo que la experiencia de campo, llámese pasantía, trabajo, todo eso tiene un peso muchísimo mayor que un papelito

que diga yo soy doctor en Viajes y más en mi criterio personal, eso ya es criterio muy personal mío, a mí me llegan con un curriculum así de grande, yo lo agarro muy bien muy bonito cuéntame que saber hacer y ahí se prende fuego. No sé hacer nada, nunca pude trabajar nunca hice nada, hay ciertos programas uno de los que saco COMBABOY de los primeros 30mil empleos que ayudan a que los empresarios contraten a gente sin experiencia laboral y se la dan, eso ha generado que adquieran esa experiencia que en otros campos no se lo dan, pero me parece y vuelvo a repetirlo en mi criterio muy personal, yo prefiero a una persona muy proactiva que quiera aprender continuamente a que tenga 5 títulos en el curriculum, eso no, por ejemplo acá profesional en turismo tenemos a Natalia, pero la que dirige todo el departamento corporativo tiene un bachiller común y sin embargo creo que sabe más Amadeus que toda la oficina, genera la mayor cantidad de ventas, sabe manejar las licitaciones y nunca fue a la universidad, fíjense. Te lo acabo de decir yo soy ingeniero en audio y estoy a la cabeza de una empresa de viajes, eso ya depende de cada uno y de cómo manejen las cosas.

E: Bueno, y para finalizar, en su concepto, ¿Cuáles son los temas que se deben privilegiar en la formación en turismo?

S: Yo creo que ahí la universidad tiene un campo muy amplio, es como decir, yo salgo de Medico y ya se todo de medicina, no, después uno tiene que hacer una especialización en cada sector. El campo de viajes es extremadamente amplio, obviamente hay un básico un ciclo básico que uno debería saber cómo geografía, y eso ojo, lo ubico en agencias de viajes, yo creo que se puede hacer una gran diferenciación dos campos totalmente diferentes hoteles y agencias de viajes. Que los dos componentes generan el turismo, o sea que hablar de Hoteles y turismo o Hoteles y turismo y las agencias de viajes en donde quedan, entonces son dos campos netamente diferentes, el hotel se maneja de una cosa, inclusive es de capital permanente y las agencias de viajes tienen otros funcionamientos, son dos cosas, podrían hacer dos carreras diferentes, creo yo. O sea que ahí deberíamos ver cuál sería la especialización de cada uno, invento, podría la universidad con una ingeniería tener un ciclo básico y después una especialización, a yo me quiero especializar en los hoteles porque me gustan los hoteles, a yo me quiero especializar en viajes y me dedico y mucho de agencias de viajes. El campo es muy grande como para decir necesitan tener esto, esto y aquello. Desde mi punto de vista y desconozco el hotelero desde el sentido práctico de la educación, creo que deberían ver mucho de lo que es geografía turística, deben reforzar en geografía turística, en la cadena de valor uno no conoce la cadena de valor dentro de un plan, un plan sí!, y en un plan pueden trabar 20 personas y como las articulamos, como generamos ese producto turístico, diferencia entre producto turístico y plan turístico, cosas así muy básicas, que van directamente

al desarrollo de la actividad desde el punto de vista de la operación, ahora no hablemos de operación, hablemos de emisivos. Como vendo un plan, no el hecho de vender hacia un cliente, eso ya va en las capacidades no va inherente en la universidad pero si, que condiciones tengo que tener, cual es la normativa, o sea, nos intriga mucho, yo en mi universidad lo primero que nos enseñaban eran las leyes que componían mi carrera, y no podía empezar a preguntar cuáles son las leyes que nos abracan a nosotros, si son un montón y algunos no conocen ni si quiera la ley 300. Tenemos que enfocarnos en el caso de viajes, reforzar el marco legal de las agencias de viajes porque ustedes salen como administradores, y un administrador quiere que yo me siento a liderar procesos que yo debo conocer las normativas y si no, me van a sentar a venta al público y ustedes no salen de una carrera universitaria solamente para vender al público, salen con un título de administrador, entonces como voy a ser un administrador si no conozco la norma que tengo que administrar. Entonces creo que ahí hay una falencia grave, en el tema de la normatividad general que nos abarca, tanto nacional, como regional, como local, entonces ahí creo que tenemos que enfocarnos un poco en ese sector. Obviamente como se compone el producto como tal, ya sea emisivo, receptivo, corporativo, un montón de palabras que uno las empieza a nombrar que son de la carga normal de los viajes y muchos quedan mirando como diciendo de que me están hablando acá, porque nunca me lo enseñaron. Salen sin saber que es el alfabeto ICAO, es la norma para deletrear en una agencia de viajes. Fíjate como hay unas cosas creo, que deberíamos reforzar en el tema de la formación, pero entonces ahí que hago, divido la carrera, ya ese es el problema de los profesores y de los que arman las carreras, pero digamos que es nuestro sector y específicamente en la parte de administración turística y hotelera que sale de todas las universidades porque esto no es solo de UPTC, si no de todas las universidades, las agencias de viajes somos las cenicientas del cuento, entonces me parece que está muy debilitado lo que les enseñan o lo que les dan , u obsoleto o no se presta mucha atención en eso, quizá no es la forma más feliz como lo decimos acá, pero saben armar espectacular una habitación, pero no la saben vender. Porque no saben cómo se compone una tarifa rac y una tarifa comisionarle como se pone dentro de un plan porque no la saben integrar a lo que es la parte de agencias de viajes como tal. Entonces fundamentalmente, creo que necesitan un refuerzo grande en el tema del conocimiento de lo que es un agente de viajes y una agencia de viajes que son dos cosas similares.

E: Bueno no nos queda más si no darle las gracias por su tiempo.

Anexo 5. Entrevista 4.

Letra E: Responde el entrevistado.

Letra S: Entrevistador.

E: Buenos días.

S: En esta pequeña entrevista vamos a tratar un tema muy puntual que es el de la pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera de la UPTC. Entonces para iniciar nos gustaría que nos contara que mirada tiene a cerca de la situación actual del sector turístico en Boyacá.

S: Bueno, el sector turístico en Boyacá está afrontando por digamos por un momento muy importante ya que el gobierno departamental pues ha puesto digamos actividades y tiene estrategias importantes para el desarrollo del turismo. Estamos desarrollando haciendo el plan del desarrollo “Boyacá tierra de paz y libertad” donde el componente turístico ha tenido unas actividades importantes, desde aquí estamos desarrollando una estrategia de marketing de todo el departamento, acabamos de lanzar nuestra campaña Boyacá es para vivirla, donde vamos a estar presentes en muchos eventos importantes en el país; en Medellín, la vitrina turística de ANATO, FITUR, EXPOBOYACA en el Tour de Francia en Termatalia y en otros eventos importantes.

Digamos que el turismo en Boyacá cruza por un momento muy importante debido al apoyo por parte del gobierno departamental, se están desarrollando convenios con la cámara de comercio, con el SENA, se están creando los consejos provinciales en turismo en el departamento, se está fortaleciendo infraestructura turística, se está trabajando en Normas Técnicas Sectoriales, fortaleciendo el servicio en el sector, fortaleciendo el producto turístico, rutas gastronómicas, ruta bicentenario y algunas otras actividades y además, un buen momento porque el gobierno nacional está desarrollando los [anillos turísticos en todo el país] entonces los corredores turísticos tenemos el corredor central en Boyacá para promocionarlo a nivel nacional e internacional con las campañas que tiene el viceministerio de turismo y XXX.

S: A bueno, Con respecto al turismo en Boyacá, que proyección tiene este sector para la economía del departamento.

E: No pues, digamos que al igual que a nivel nacional están aumentan el número de turistas, en Colombia el año pasado llegaron 4.5 millones de turistas y este año estamos hablando de 5.1 millones de turistas, entonces se está fortaleciendo y están llegando más turistas al país, en la medida que lleguen más turistas al país y se generen mayores actividades económicas, mayores actividades de cultura, de

recreación de deporte agroturismo, turismo de naturaleza, ecoturismo, el mismo desarrollo del turismo comunitario ha permitido que se fortalezcan las economías locales, entonces es un elemento importante para diversificación del producto turístico para el fortalecimiento de la oferta el turismo como el elemento multiplicador, generación de divisas importantes para el departamento; entonces digamos que en crecimiento yo notaría el desarrollo en turismo del departamento.

S: Desde su experiencia profesional en el sector turístico ¿qué habilidades cree que deben tener los profesionales que se desempeñan en el sector y que habilidades les hacen falta?

E: haber yo voy a hablar con mucha claridad, cierto; yo no sé si dentro de las habilidades sea el conocimiento de los idiomas o dentro de las competencias pero ya lo dije y lo he dicho mil veces, si el administrador turístico y hotelero no maneja otro idioma, estamos niñas... estamos muy mal pero no estamos mal si no muy mal y yo siempre he dicho mi palabra y ojala no suene grosero, pero si el administrador turístico y hotelero no habla otro idioma no tiene ninguna oportunidad en el mercado laboral, no hay oportunidades en el mercado laboral estamos en la peor crisis frente al idioma ingles cierto?. Entonces para responder la pregunta que.... entonces le voy a responder la pregunta debilidades y fortalezas me dijiste?

S: ¿Qué habilidades cree que deben tener los profesionales que se desempeñan en el sector y que habilidades les hacen falta?

E: Exactamente bien, se la voy a responder, La primera... la primera es manejo de otros idiomas cierto si no manejamos otros idiomas no vamos a tener un espacio en el trabajo y en la competencia del mercado frente a otros profesionales, mientras que un estudiante de un instituto en Cartagena habla dos o tres idiomas, mientras otras universidades hacen pasantías en el exterior hablando tres idiomas, mientras en un hotel le exigen mínimo que para atender recepción o para ser una camarera hable otro idioma para ser mesero hable otro idioma, si los técnicos están hablando de idiomas; por qué no los profesionales...

Yo pienso que dentro de las habilidades es la más importante, lógicamente que habilidades administrativas con capacidad de manejo de personal, capacidad de mercadeo saber promocionar los productos y servicios, conocimiento de finanzas, desarrollo de productos turístico es muy importante. El desarrollo de producto de producto turístico es muy importante y casi no se está fortaleciendo en la escuela, entonces hay que fortalecer debía con las nuevas tendencias del mercado debía fortalecerse una materia que se llamara producto turístico cierto?, pero no incluida dentro de la mercadotecnia pero más fortalecer esa materia de desarrollo producto turístico que es lo que esta digamos las tendencias es a

desarrollar producto si nosotros no desarrollamos producto aunque no es una tendencia eso ya hace muchos años si no que nosotros no hemos desarrollado cierto.

Habilidades ya. Mercadeo finanzas Conocimiento de información turística y la tecnología conocimiento a nivel tecnológico primero desde el componente de las tecnologías de la información y comunicación como estrategia de marketing en la parte digital o sea, de mercadeo en la parte digital y segundo conocimientos de software como AMADEUS, ZEUS etc.

S: Ya que nos recalcó su opinión de la importancia acerca de los idiomas, usted cree que eso debe ser un tema de preocupación personal de cada estudiante o que la universidad y la carrera de las herramientas y exija esta habilidad.

E: Hay dos sentidos, si yo fuera el decano de la universidad, mire en la universidad una vez se habló que el estudiante debería tener competencias de inglés en tal semestre y creo que lo quitaron; no, en mi concepto es obligatorio que el estudiante aprenda fuera de su universidad el idioma inglés. Ósea el estudiante debe buscar otras alternativas ya que está demostrado, que la universidad no fue capaz, ósea, mientras que cambiamos un sistema en la universidad de tantos años y un departamento de idiomas que nunca tuvo la habilidad y la capacidad de brindar el idioma, el estudiante tiene que buscarlo por otro lado. No significa, no significa que la universidad es responsable. Es responsabilidad que el estudiante que el estudiante este cualificado y que el estudiante hable otro idioma

Para concluir yo diría que es importante que el estudiante desde el primer semestre hasta el décimo semestre hablara inglés y que los profesores dictaran las clases en ingles ósea, de que con todo respeto los docentes debíamos dictáramos al menos una parte de la clase ingles un porcentaje se debiera exigirle a los docentes que por lo menos el 25% de la materia tendría que verse en inglés, de tal manera que el estudiante este permanente con el idioma ingles; así como pasa con los niños, mi hijo en el colegio ve sus materias en inglés y ya los chinos de ahora ya le hablan bien en ingles perfectamente eso es pura carreta y puro cuento que tiene que salir del país para hablar inglés. Si los chinos de ahora hablan perfecto el inglés y llegan los nativos, mi hijo se entiende con los nativos yo lo veo hablando con los nativos súper bien y no necesitan como antes decían tiene que salir del país para hablar otro idioma. Entonces que en todos los momentos, en cada momento en cada actividad estuviera presente estuviera el idioma ingles en todas las materias.

S: Teniendo en cuenta lo anterior, ¿Ha tenido algún contacto con un profesional egresado de la UPTC del programa de ATH y qué percepción le dejó en cuanto a su desempeño profesional en este sector?

E: Mire, todos son muy buenos, yo recibí aquí a 10 administradores turísticos hoteleros y de los 10 todos son muy buenos y lo dicen aquí en la gobernación, lo dicen aquí los funcionarios. Los muchachos tienen unas habilidades profesionales muy buenas, tienen unas habilidades profesionales excelentes, cierto, entonces tengo la mejor imagen de ellos. Pero, volvemos a lo mismo le digo a alguno “atienda un turista” y ninguno habla inglés, necesitamos participar en el encuentro internacional de turismo comunitario y voy a mandar un pasante y no habla inglés.

Entonces, ósea ahí se cierran las oportunidades desde todo punto de vista yo no sé, quizá es muy cansón pero yo no le veo futuro a la escuela si no hay otro idioma, especialmente el inglés muy pesimista frente a... muy pesimista frente al futuro profesional del administrador turístico y ya es momento de despertar de alguna manera ojala que estos estudios sirvan para algo, pero yo veo como grave la situación frente al mercado laboral.

S: Partiendo de su experiencia profesional ¿Cuáles son las nuevas tendencias que se evidencian actualmente y a futuro en el sector Turístico?

E: Bien, entonces nuevas tendencias ya lo hable, digamos la tecnología, la misma globalización permite el conocimiento de las competencias en el mercado competir en el mercado a nivel internacional ósea, necesitamos... cualquier producto que usted desarrolle en otra parte del mundo debe competir.

E: Me repite la pregunta nuevamente

S: ¿Cuáles son las nuevas tendencias que se evidencian actualmente y a futuro en el sector Turístico en general de acuerdo a su experiencia profesional o como se ha ido desempeñando este cargo? ¿Cuáles tendencias ve que están siendo como las actuales y a futuro? como puede ser turismo comunitario, turismo de naturaleza, no se en qué momento se encuentren.

E: Bueno, Yo pienso que una tendencia importante en el sector turístico es que las comunidades protejan el patrimonio cultural social y natural. Ósea la tendencia es la sostenibilidad la tendencia es la sostenibilidad si no hay sostenibilidad no hay desarrollo, si no hay sostenibilidad no hay competitividad, entonces la tendencia del sector turístico es que... pero es que hay tendencias desde todo punto de vista tendencia desde el producto turístico, tendencias de los gustos y preferencias de los clientes. Entonces si hablamos de tendencias de producto turístico en el turismo, es que la comunidad se apropie de su territorio, la comunidad sea generador de su propio desarrollo, la comunidad genere los mismos emprendimientos locales para la promoción del turismo no permitamos que otros lleguen a utilizar nuestro territorio para tener algún aprovechamiento del turismo

El otro punto de vista es la tendencia frente a los viajes de extranjeros en periodos unos más largos, tendencias de personas de tercera edad a viajar en el territorio, tendencias a incrementar en el número de días con las vacaciones en Europa cierto, también hay otras tendencias a disminuir el número de días... perdón ah ahora con vacaciones pagas las tendencias del ocio si hay vacaciones pagas si hay menor tiempo de trabajo el turista tiene la tendencia a utilizar el mayor número de su tiempo libre en el desarrollo del turismo.

Tendencias a un turismo alternativo siempre ha existido esta tendencia un turismo diferente del sol y playa diferente al metropolitano eh conocer la naturaleza fortalecimiento del turismo de naturaleza fortalecimiento del turismo comunitario fortalecimiento del ednoturismo de otros tipos de turismo diferentes a los normales que hemos desarrollado turismo familiar al de congresos, convenciones sol y playa unas tendencias a un turismo alternativo a un turismo diferente.

Tendencias en el gasto a veces el turista tiende a gastar bueno dependiendo su rasgo económico, bueno dependiendo el tipo de turista, hay que analizar las tipologías de gasto.

S: ¿Cree que es indispensable para los profesionales en turismo realizar estudios en postgrado o es de mayor relevancia la experiencia laboral?

E: Yo pienso que como está la competencia en el mercado laboral debe haber una tendencia más hacia el estudio de maestría, porque el posgrado digamos lo tiene todo el mundo pero es importante la cualificación del talento humano permanente y hablar de cualificación permanente es que la gente haga su estudio profesional que tenga su especialización maestría y doctorado cierto, entonces permanentemente el profesional debe estar cualificándose profesional que no se cualifique permanentemente pues lo que hablamos ahora de las nuevas tendencias del mercado pues no va haber buenas oportunidades de trabajo.

S: Y en su concepto personal ¿Cuál sería postgrado de mayor relevancia en esta área turística en este momento?

E: No en general un posgrado en turismo Para mí, un posgrado es en turismo que incluya osea digamos un posgrado abierto en todo lo que tiene que ver con el turismo para mí tiene que ser en Planificación del turismo para mí, para mí planificación del turismo pero bueno ya conociendo la historia de la Escuela no... No funciona ese posgrado cierto. Pero digamos si no funciona la planificación que es lo más importante, porque en la planificación usted ve todo en la planificación usted ve capacitación, infraestructura, producto, comercialización etc. Usted planifica todo el turismo Ciertamente, entonces para mí la planificación, planificación y desarrollo del turismo en general.

S: Y para finalizar, digamos esta pregunta la hemos ido respondiendo a medida de que se ha dado la entrevista entonces es por si desea agregar algo más; En su concepto ¿Cuáles son los temas que se deben privilegiar en la formación de hotelería y turismo?

E: Bueno, primero los idiomas cierto, entonces digamos que... Los idiomas son muy importantes, el segundo es la planificación del turismo la planificación del turismo es muy importante; tercero la sostenibilidad, la sostenibilidad del turismo si no hay planificación con sostenibilidad. El cuarto componente precisamente la competitividad, la competitividad en el mercado frente al precio al producto frente a la plaza en el mercado frente al precio, producto, frente a la promoción, frente a la plaza. La mercadotecnia es un elemento muy importante yo necesito competir en el mercado en un mercado global tener un buen producto, un buen servicio una norma técnica sectorial por ejemplo. Las certificaciones en turismo tienen que ser un instrumento muy importante. Lo mismo las TIC'S estar a la vanguardia de las Tic'S y estar a la vanguardia de las nuevas tendencias del servicio de tal manera que al turista cada día se le investigue la investigación de mercados frente a averiguar cuáles son las nuevas tendencias del servicio para que el turista se sienta más satisfecho en el destino

S: Bueno con esto hemos finalizado la entrevista no nos resta más si no darle las gracias por cedernos este espacio y su tiempo.

E: Bueno, muy bien.

Anexo 6. Entrevista 5.

Letra E: Responde el entrevistado.

Letra S: Entrevistador.

S: Evidenciando su gran conocimiento acerca del tema nos gustaría saber al ser usted funcionaria de XXX, cuéntenos que mirada tiene acerca de la situación actual del sector turismo en el país.

E: En el sector turismo en el país tiene todo el potencial, ósea yo creo es uno de los sectores en los que si bien es cierto hace muchos años, si se hace una trazabilidad al sector y más que al sector a la industria turística hoy en día , si le hacemos una trazabilidad en crecimiento tú te darás cuenta que estamos creciendo muy continuamente y muy rápidamente, entonces tendría una mirada optimista pero a la vez una mirada de preocupación, de preocupación porque si me preguntas a mi hoy en día desde la industria turística desde XXX yo te hablo de la industria turística en el tema receptivo es decir de los turistas internaciones que están llegando a Colombia así que realmente tenemos una preocupación porque hay una falencia hoy en día en la industria, en cuanto a las personas que están y los destinos que están preparados para recibir turistas internacionales entonces hay preocupación de una forma optimista en cuanto a las oportunidades que hay de crecimiento pero para eso necesitamos la articulación público-privada y obviamente la academia es parte fundamental, ustedes son parte fundamental de este proceso porque son lo que están iniciando y seguramente en unos años son los que van llevar la batuta de todo el proceso de turismo como me estoy preparando yo para eso?, entonces entiendo que es un destino internacional ,que necesita tener un destino para llevar un turista internacional como esta en materia de tarjetas de crédito internacional, de bilingüismo, los restaurantes tiene menús o guías en ingles que me permitan recibir a un turista internacional en condiciones como está el tema de alojamiento, de servicio al cliente, de los guías, de las actividades turísticas, estoy vendiendo lo mismo como está el destino preparado dentro de eso y si nos vamos un poco más atrás ya no es de la parte comercial sino de la preparación de destino. Me atrevería decir que hace falta de unificación en los destinos para el mercado internacional entonces como está la planificación, existe un plan sectorial de turismo donde yo este incluyendo turismo dentro de lo que se concibe como la planificación turística o ferias y fiestas y eventos culturales digamos que aquí hay una mirada vuelvo y te digo una mirada muy optimista porque la industria turística va crecer y seguirá creciendo por qué es uno de los sectores de la economía en el mundo que más que un lujo hoy en día es una necesidad, viajar es una necesidad, viajar es la maestría de la vida eso lo tiene claro el mercado europeo, mercado asiático y el mercado norteamericano lo tiene supremamente claro, osea a ti te da status viajar y te da conocimiento viajar. Entonces es una necesidad

por donde quiera que lo veas entonces vamos creciendo y tenemos que obligarnos a crecer con ellos y ser competitivos.

S: Siendo XXX la entidad de encargada de la promoción del turismo y la inversión internacional del país cual ¿es el potencial de turismo que posee Colombia frente a los mercados internacionales?

E : Esta pregunta cuando la leí me pareció una pregunta muy estratégica pero muy general en qué sentido, en que si yo voy a hablar de los mercados internacionales ya cuando sales del país es internacional dime para donde frente a qué mercado esta Colombia hoy entonces por ejemplo que es potencial para nosotros yo me referiría un poco más al potencial del gasto del turista donde el turista está portando más divisas económicas para el país independientemente del mercado por que tendríamos que coger país por país para empezar hacer como la matriz producto mercado y saber a qué vamos porque no todos los mercados desean lo mismo potencialmente, entonces digamos que donde hoy en día el turista le está apostando más es el tema de naturaleza , especialmente en el tema de aves , en el tema de los avistamientos, en el tema de cultura también pero estamos hablando no de una cultura en general porque naturaleza y cultura son productos que tiene que ir de la mano tu no vendes naturaleza sin vender cultura pero lo que están buscando es identidad entonces cuando hablamos de un producto gastronómico es que me muestre la identidad gastronómica del país de las regiones hablamos de turistas y mercados internaciones y de pronto también hablamos de estilos entonces no podemos descuidar un concepto honesto y es que cuando vendo Colombia , vendo Colombia como país no vendo región si un turista no viene a una región 15 días viene a un país y se hace un circuito bajo un producto turístico, entonces digamos que hoy dentro de esta promoción frente los mercados internaciones hablaría más de un tema producto mercado entonces donde estamos tenemos unos mercados potenciales unos mercados objetivos más bien unos mercados objetivos muy consolidados ya que es el tema por ejemplo de Estados Unidos tema de Alemania el tema Alemania por ejemplo está en el tema de aves Reino Unido en el tema de aves Norteamérica en el tema de aves tenemos un tema de México, Perú, Brasil. Este tema aunque Brasil no es un tema hispanohablante es muy similar y estamos como dentro del marco por el tema también de frontera pero cada mercado tiene una necesidad especial dentro de lo que enmarca esto.

S: ok. Teniendo en cuenta lo que nos acaba de mencionar anteriormente ¿cuáles son los retos que enfrenta la industria del turismo en Colombia en la prestación de nuevos mercados y la consolidación de los que ya se tiene?

E: Los retos todos yo creo que lo peor que pueda pasar en un destino es creerse preparado para todo porque ahí se estancó el destino de hecho tú tienes algo que se llama ciclo de vida de los destinos

y cuando tú tienes un grado de madurez tiene que diversificar tu producto cierto pasa con el paisaje cultural cafetero café, café y aves y cultura y gastronomía y compras entonces tenemos que empezar a diversificar el destino pasa con Cartagena pasa con los destinos un poco más maduros para nosotros entonces cuando tú me preguntas de retos que puede tener esta todo nivel de competitividad, entonces tenemos el reto de pensar a sensibilizar a los empresarios sobre todo porque nuestro caso son las empresas son los empresarios sobre las necesidad de ser competitivos en temas de bilingüismo, en temas de perfiles de cargo que yo esté realmente manejando para poder empezar a desarrollar un proceso de la industria a nivel internacional y porque lo digo porque no siempre y en muchos destinos no siempre se escoge el más competitivo si.. ni el que tenga la mejor hoja de vida para, entonces necesitamos empezar con estos procesos de sensibilización y más que todo pues con temas de competitividad, es increíble pero tú te das cuentas que hay empresas que llevan muchos años y no sabes costear un paquete turístico que es con lo que viven a diario o no manejan un tema de sostenibilidad cuando ya es obligatoria entonces tu les hablas de las políticas de sostenibilidad y todavía no tienen idea de las certificaciones internacionales que me permitan a mi readalmente ser más visible en el mercado internacional justamente, no pues te puedo decir eso a nivel de agencia de hoteles pues básicamente es lo mismo pero además no es que crear hoteles por crearlo sino saber para qué mercado van que producto venden, si tiene una especialización . hoy en día adolecemos vamos a ir al mercado chino pero qué hotel está preparado para el mercado chino cuáles son las necesidades del mercado chino Cuál es el perfil del mercado chino que debo tener yo como hotel Debes tener una alimentación debes tener unas camas En condiciones debes tener agua caliente y agua fría debes tener fina debe tener básicamente el tema de alimentación Es lo que ellos más piden Son las habitaciones que me están pidiendo Otra cosa es el turista chino otra cosa el turista japonés otra en coreano no es por qué es Asia tenemos que tener claro cuáles son los diferentes mercados o cómo podemos llegar y cuáles son los perfiles para los cuales cuáles no van a preparar entonces a veces tú dices Ese hotel divino y estoy listo para el mercado internacional y cuando te das cuenta es para el que pueda pagar y el que llegue pero no hay una estrategia entonces eso es una falta de planificación de las empresas cuándo se crean y cuando dice yo quiero el mercado internacional quien el que llegue no .Para eso trabajamos nosotros y asesoramos también el tema empresarial .

S: teniendo en cuenta ya la parte entrando en materia del departamento de Boyacá donde está ubicada la escuela de administración turística y hotelera Usted cómo ve el departamento de Boyacá como destino turístico qué es potenciales que falencias Cómo ve características generales Del departamento

E : el departamento de Boyacá yo creo que es uno de los departamentos más ricos y más diverso qué tiene el país si personalmente desde el año pasado vengo haciendo unas validaciones de destino final tema de Boyacá me sorprende mucho la infraestructura nueva ya se está creando de alto valor, podríamos hablar de un tema luxury y en algunos casos pero son ejercicios que cuando el empresario los hace sabe lo que quiere pero estando es articulado entonces cuáles son las falencias que yo veo hoy en día en el tema de Boyacá, la desarticulación a nivel del empresario no es sensible a la alianza estratégica, no es sensible vincularse dentro de acciones de promoción son un poco ácidos, son muy emotivos es decir que cuando hacemos capacitaciones y queremos hacer algo todos salen motivados y al otro día se perdió la motivación y a al hacer no pasa nada, falta de riesgo falta de oportunidades y hacerte más de salir de la zona de confort y salir a mirar qué está pasando en el mundo para saber cómo tengo que venir a actuar dentro de mi región qué le aportó a mi región es importantísimo que Boyacá tome conciencia debe qué tiene unos productos turísticos no tiene productos turísticos, tiene unos atractivos turísticos muy interesantes se tiene una cadena de valor interesante pero que todo está por mejorarse , los atractivos necesitan priorización en accesibilidad en comunicación se necesitan señalización turística nadie sabe cómo llegar las carreteras en muchos de los casos tu aspiras que estén todas pavimentadas pero no la accesibilidad también se complica, la señalización en carretera para incluso hacer toures nocturnos el tema de la atención no estoy hablando de una tensión donde yo pueda tener un hotel realmente cómo se maneja a nivel internacional Tengo más bien un hotel cómo se maneja una casa con una restricciones a la hora de entrada a la hora de salida no hago protocolo de check-in y check-out no tengo bilingüismo en el tema de restaurante adolezco de adecuaciones a nivel internacional es decir volvemos a lo mismo una tabla de menús establecida un menú en otros idiomas un bilingüismo en todo en toda la cadena de productiva para poder manejar un paquete yo creo que necesitamos un poco más de... y ya desde la mirada de XXX como departamento necesitamos acciones de promoción de posicionamiento de comercialización fuertes entender que primero hay que arreglar la casa y saber oiga como los cómo nos miramos primero aquí hay un ejercicio que me encanta hacer con el tema de un ejercicio de percepción cómo me veo, yo cómo quiero que me miren los demás y como realmente me mira los demás y sobre eso empezar hacer un cruce de cosas y decir oiga venga sentémonos en la realidad y prioricemos nuestras necesidades para arreglar la casa y luego ejercer un tema de posicionamiento de promoción comercialización, entonces páginas web del destino donde yo hombre que este pueblo no hablo tres idiomas porque es una región no estamos hablando de una empresa estamos hablando de una región y tenemos páginas web empresas que tienen hasta 7 idiomas mi región, que pasa con el departamento

que voy a mostrar en una página de turismo del departamento la marca del departamento, acciones de promoción, eventos de promoción internas dónde están los eventos de promoción de Boyacá ósea los eventos de promoción de Boyacá se quedan en Boyacá o salen de Boyacá para quién es para el nacional para el local o para realmente estar expandiéndome y decir quiero que me conozca un mercado potencial es el costeño de la región Caribe que quiere venir al frío y decirle que hay más que Villa de leyva que hay más que Paipa hay más que ciertas cosas y que quiero empezar a decirle oye tenemos Sogamoso tenemos Duitama con x tenemos iza con y osea tenemos tota etc; pero si nos vamos a ver entonces yo voy digo claro déjame ver tota el restaurante mejor no lo mostremos aunque la comida es espectacular el servicio... no hay control todo está muy básico y aunque yo puedo generar experiencias de valor vuelvo y te digo lo principal detener los atractivos y saber cómo los voy a vender Boyacá tiene toda la gente mira me alegra mucho que ustedes estén acá porque esta es una visión Nancy Díaz que no se yo pienso que XXX también debe qué está pasando con nuestras casas campesinas osea como es que no voy a ver un proyecto hoy en día para colocar casas campesinas como patrimonio de la humanidad, como patrimonio por lo menos cultural nacional o como patrimonio material, cómo es posible que las fincas del paisaje cultural cafetero un patrimonio nuestras casas campesinas las están destruyendo para construir chalets cuando yo vengo al campo hacer agroturismo no quiero estar en un chalet quiero estar en una casa campesina adaptada para el turista internacional, la adaptación no es un tumbarla, adaptación es adaptar la cama, el baño, la limpieza, la manipulación los alimentos pero conservando su esencia qué pasa con las casas campesinas aquí en muchas cosas por rescatar ustedes tienen todo Boyacá es rico naturaleza, en aves pero no hay una guía de aves oficial, en paisajismo en pueblos patrimonio la hospitalidad de la gente los atractivos imagínate playa blanca donde se ve eso el mar del interior y no se vende, las lanchas que llegan allá el muelle gracias a Dios no ha pasado un accidente ,cero protocolos de seguridad eso es lo que yo veo ,veo que tienen de todo pero no hay una orden y una priorización para poder desarrollar un proceso turístico en condición y un proceso turístico internacional en condiciones y lo peor de todo es que yo no me voy a quedar esperando a que el turista llegue usted ya lo tienen , pero no sale de villa de leyva no sale de Paipa cómo hago para que conozcan el resto si no se atreven un Raquira que no reciba tarjetas de crédito que no haya cajeros automáticos que no hay internet cómo incentivamos ventas entonces si hay falencias hay debilidades pero creo tienen más oportunidades no me puedo quedar mirando el punto negro tengo que mirar el punto blanco dentro del punto negro tengo que decir tenemos tantas oportunidades de mejora que por dónde vamos a empezar si es eso.

S: teniendo en cuenta la contextualización del sector del turismo a nivel nacional e internacional se pretende enfocar la entrevista a puntos específicos de la investigación que vamos a abordar por medio de las siguientes preguntas. Desde la perspectiva de XXX y desde su perspectiva profesional en el sector del turismo ¿qué cualidades y habilidades debe reunir el talento humano al servicio de este sector?

E: Pues te repito, yo creo que retomando lo que te dicho yo cualificaría y no cuantificaría el personal yo siempre dicho que no todo el que sonríe sirve para recepción entonces qué es sonreír ¿qué es saber sonreír? , ¿qué es servicio al cliente? si yo creo que es un don además servir es un don entonces no es estudiar servicio y ya sobreviví el mas en servicio eso es un don definitivamente y además también puedo empezar a construir mi don desde la experiencia del servicio yo creo que aquí hay muchas acciones por hacer desde la academia y volver la academia más práctica qué técnica es enseñar al profesional a enfrentarse a una queja a una entrevista yo no entiendo porque todavía en una entrevista yo me vendo rogando para que me contraten y no estoy diciéndole si tú no me contratas por estas habilidades que tengo, el que pierde eres tú es empezar a mostrar mi valoración cierto primero como me aquí están las competencias el ser, saber y hacer en el ser por eso te digo es más cualitativo o sea tú tienes que ser, de ahí en adelante fácil te preparas pero si no eres ni estás listo para difícilmente vas a hacer y vas a ser propositivo y las competencias enfocadas del de serás a hacerlo positivo desde el saber desde el hacer creo que son todas las competencias que conocemos en marcadas en ellas nivel de servicio al cliente necesitamos cómo les digo ser humano ser personas no quedarnos en la parte reglamentaria cierto usted no puede darle huevo de más al cliente si el cliente no le paga antes, oye el señor me va a pagar un huevo más necesitamos contribuir con esto yo necesito hacer que las personas que estén en servicio al cliente piensen y decidan cuál es el momento para servir bajo las políticas propias de la organización necesito hacer que las personas sean competitivas pero sobre todo que se sientan bien cuando tú tienes un tema de servicio al cliente y lo hace feliz es porque es bien pago es porque estás muy bien remunerado no sólo económicamente sino que te sientes bien en un clima organizacional establece, te propende la identidad por el crecimiento tienes muy claro que sí te preparas puede seguir, seguir ascendiendo y sabes hasta dónde a veces un recepcionista dice para qué me preparo si igual siempre voy hacer un recepcionista entonces sus índices de motivación son cero su servicio es cero porque está totalmente desmotivado ni siquiera es porque el personaje no sirva, es porque no se motiva no hay una forma de motivación para eso, segundo ya las competencias en él en el saber que creo que es un tema de bilingüismo de tener la capacitación propia para el perfil del cargo no sé si un chef sirva para la recepción una persona que es ingeniería de sistemas no significa que no sirvo para esto va a estar ahí pero válido mis competencias versus el cargo versus el perfil del cargo que tengo y la preparación constante mira esto es una carrera como tan seria como la medicina tan seria como cualquier otra entonces si tú no te preparas si no estás a la vanguardia si estás actualizado estas fuera del mercado no puede sostener una conversación con nadie ni siquiera servicio al cliente si no estás actualizado por lo menos en las cosas de cultura general sí, tengo que cambiar la percepción de saber que no pero que yo contrato es por qué estudio se preparó para ir a la persona de cocina se preparó o por lo menos cumple con unas condiciones de ocupación laboral, no es profesional en pero tiene todas las condiciones y todas las normas de todo el tema de manipulación de alimentos y cumple las expectativas más como cliente eso en el caso de de las casas campesinas qué

sirve hoy en día para el tema del turismo si y también con un servicio al cliente ,el tema del guía local el tema de los puntos de información turística presencial quien colocamos ahí en cuántos idiomas conoce el lugar es el primero darle un fan trip por el departamento para que conozca que va a vender si no sé si no ha salido de Tunja por favor entonces son como llamados que uno hace y dice las competencias están dadas y yo creo que lo más concreto que les puedo decir es que a dentro del ser saber y hacer eso es un tema de valoración y de que me guste porque si no te gusta chao. Por eso te digo es que esto es un don ósea aguantarse un turista cansón que venga y te diga no sé y tú tengas que estar con una sonrisa y poderlo manejar es un don eso no cualquiera lo hace.

S: Teniendo en cuenta lo anterior ha tenido algún egresado de la U.P.T.C del programa administración turística y hotelera

E: No

S: ¿Cree que es indispensable para los profesionales en turismo realizar estudios de posgrado pues de mayor relevancia la experiencia laboral por qué?

E : los dos vuelvo y te digo es una industria tú te tienes que preparar para pero hoy en día considero que en el conocimiento no tiene el poder el conocimiento está ahí en los libros está en san google y está en si tú hablas inglés mira tienes aquí una cantidad de libros de turismo en inglés maravillosos artículos, investigaciones todo lo que tú quieras pero hoy en día el poder en turismo es como aplicas lo que aprendes en la realidad no se entonces a mi me pueden enseñar a sacar una derivada pueda que no se señor de matemáticas calculo me puede matar con lo que voy a decir yo hasta el momento y mis días 1 años en el sector turístico nunca he utilizado una derivada y seguramente el tema de marketing de innovación de enseñarles a pensar y a crear , esto es una industria de crear por bueno pues tienen una materia que se llama y innovación tienen prácticas de innovación que han innovado en que en donde sí entonces si puedes hacer una maestría excelente una especialización excelente, un MBA excelente y cómo lo aplicas si no tienes una experiencia y sea por donde sea que te vayas por hotelería o por turismo yo creo que en esto vale la pena decirle especialícense yo no puedo estudiar al otro día hotelería y al otro turismo y tu hoja de vida es un sancocho no eres especialista en nada y hoy en día vale más el especialista en que el médico general a veces haces tantas cosas que tú dices y de qué se cuándo te sientas sabes de todo y no sabe nada específico tú pagas más por el médico general o por un médico especialista así sea el del gordo del pie del pie derecho y para eso necesitas estudiar pero además tener experiencia otra eres la más en hotelería o eres la más en turismo y en qué en planificación, el desarrollo de la innovación lo que puedo decir esto es importante ósea es un complemento total

S: en su concepto. ¿Cuáles son los temas que se deben privilegiar en la formación en turismo?

E: que se deben privilegiar... ¿cómo es eso?

S: los que se consideran más importante que se adquieren en el pregrado por decirlo así en nuestro caso el pregrado enfocados hacia el turismo

E: la planificación pienso que haber un tema más que materias debe haber un tema temas que lleven a la práctica al praxis es decir chéveres de las derivadas en el sector pero cuando tú vas a enfrentarte con la realidad no aplica, en el sector turismo de acuerdo a lo que hemos dicho creo que hay una coherencia con lo que acabo de decir y hoy en día no un profesional que salga de la universidad si se pasa el paquete turístico y si va a trabajar en una agencia de viajes y es mayorista minorista operadora no sé qué va a hacer vender tiquetes creo que no uno no estudia una carrera profesional para eso es importante saberlo por supuesto los sistemas los GS , software sobre el tema de comercialización tema de marketing digital osea que te vas a mover hoy en día el turismo se mueve por marketing digital el 70% de la venta del turismo se mueve por eso y ni siquiera sé construir una página web, ni que debe llevar cómo manejó una promoción, cómo manejó una comercialización qué es un fantico cómo se organiza un evento internacional cómo se organiza un evento así sea social en dónde te vas a mover en turismo tenemos el vacacional y el de reuniones de corporativo que también es supremamente importante a unos niveles de especialización gigantes, estudió para ser buen plan quiero hacer eventos cómo se hacen los eventos me especializo en operación y organización de eventos y luego lo aplicó déjame ver el costeo de eso es esto manejar tics yo tengo que tener una carta de eso cómo se maneja en Excel donde pueda tener una tabla dinámica dónde puedo empezar a tener mi base de datos de proveedores ese tema que me lleve a la práctica que cuando yo llegué y me enfrenté a algo diga planificación turística wau , yo sé que se hace cómo se hace un diagnóstico en un destino que se valida en un destino si, cómo se hacen un producto turístico qué es producto turístico hay gente que sale la universidad y no sabe qué es un producto turístico ni cómo se desarrolla un producto turístico entonces yo vuelvo y digo hay que revisar primero se hacen las entidades y es que me quiero ir por él te tema institucional qué hace el sector privado en turismo sobre eso ven mi pensum realmente está dirigido en que y hacía en que me un poco cuando yo vaya a salir y a que voy a salir por dónde me voy a meter o sea se tanto de que si en el turismo también puedo trabajar para revistas especializadas en turismo sea tú puedes generar tu propia empresa de turismo de que quédese es en una agencia de viajes operadora o una oficina de representación turística o ir al mercado internacional y saber realmente qué es y venir a formar tu tuopereitos, todo lo que puedes manejar tu en turismo el país necesita de todos, entonces mira tenía que mirar cual es el pensum de la carrera para saber estos temas son los vitales pero yo creería que el tema de mercadeo de la práctica es eso que me enseñen en el hacer vuelve competitivo, el 70% debería ser practica y el 30% estudiar idiomas tienen que salir hablando por lo menos un idioma más pero no pasa entonces no se pienso eso es .

S: muchísimas gracias por tu tiempo te quiero agregar un comentario adicional o alguna inquietud acerca de nuestra visita.

E:no me parece muy chévere lo que están haciendo quiero felicitarlas creo que este proceso es muy chévere , esperamos que de alguna forma podamos aportar algo a todo esto desde la mirada que tenemos quiero contarles que las estrategias del sector van dirigidas en los dos segmentos qué es el de vacacional y el de reuniones que XXX está muy encamina y voy de la mano y muy articulada con todo lo que ustedes desde la academia también hacen bienvenidos todos estos procesos y no cerramos para nada en todo esto porque primero que todo lo que podamos aportar siempre un granito de arena para

poder llegar todos al mismo objetivo pues bienvenido entonces más bien les dejo la inquietud de cualquier cosa que necesiten hay unos programas de formación especializada turismo que precisamente se están desarrollando en Sogamoso algunos bienvenido también así somos abiertos a los estudiantes pueden ir los estudiantes, los empresarios, los que tengan proyecto pueden ir el que quiera empezar tenemos asesorías para todo el mundo qué quiere iniciar y que tenga la idea es que ya esté desarrollando la idea quisiera internacionalizarse bueno nada las felicito por esta iniciativa, me parece buenísimo y algo muy importante no se queden con me dijeron que de eso me sirve y que es lo que voy aplicar y en las manos ustedes es ésta esto en un futuro así que mientras más capacitados estén pues más competitivos en el sector industrial el día de mañana porque estoy segura que estamos seguros turismo va a ser el primer renglón de la economía en Colombia de eso estamos seguros no más bien muchas gracias a ustedes por la oportunidad que nos brindan a nosotros cómo entidad de poderles aportar.

S: muchísimas gracias

Anexo 7. Pregunta 7 a Graduados de ATH (2008-2016).

El plan de estudios no se encuentra actualizado según lo exigido en el medio laboral	
ID	¿Por qué?
3	Idiomas
4	Competitividad e Innovación, formación para el desarrollo de habilidades gerenciales y no sólo operativas Desconocimiento de algunos profesores dentro del ámbito laboral actual, el contenido programático es obsoleto y poco competitivo. Las prácticas y pasantías tienen un muy bajo nivel de desarrollo profesional, además el rol del pasante dentro de la empresa no tiene rol profesional, no se hacen seguimientos ni se mejoran los convenios".
6	Debe existir una coherencia con el mundo real, ser más aplicada a las necesidades actuales y considero que se debería tener una cátedra en pedagogía".
8	Se debe tener en cuenta más el manejo de personal y manejo de personal, tener más actualizados los sistemas que se manejan".
9	La universidad nunca nos proporcionó conocimientos referentes a los sistemas de reservas, lo cual es muy importante en el área de hotelería y AV, solo por mencionar algo de lo que es importante y no está en el plan de estudios. Cuando uno sale es que se da cuenta que los profesores sabían hablar o mejor repetir bonito, pero a la hora de la verdad cero en práctica.
10	Las áreas administrativas son insuficientes para el entorno laboral."
11	No hay coherencia ni pertinencia con las realidades territoriales, transformadoras y mutantes; desde el análisis del entorno laboral en el amplio sentido de reflexión de aplicabilidad del ejercicio profesional.
13	El plan de estudios debería incluir y formar en los futuros administradores turísticos y hoteleros pensamientos donde la sostenibilidad y la importancia de sus objetivos sea un tema en el cual puedan enfrentar a dar solución y buen manejo cuando se vean en riesgo. (Social, económico, ambiental y cultural).
16	Falta una mayor articulación en los aspectos que conciernen manejo de software y TIC'S pedagogía y contenidos de muchas de las asignaturas presentes en el plan de estudio.
17	Hace falta implementar más sistemas y practicas ya que cuando uno sale al ámbito laboral se siente en desventaja con respecto a otras instituciones educativas que ofrecen el mismo programa.
21	Hace falta enfoque en sistemas de la hotelería y más que todo administrativo donde salimos a la realidad y la enfrentamos día a día.
22	Se deben implementar estrategias y competencias laborales en tiempo real, teniendo en cuenta no solo lo local sino el ámbito nacional (fuera de Boyacá) e internacional, ajustados a las normas vigentes en cada una de las áreas del pensum; de otro lado se debe buscar la actualización continua de los docentes y las temáticas que se abordan en la academia.

- 23 Falta enfatizar más acerca de lo que realmente está ofreciendo el sector laboral.
Como el deber ser. El deber hacer y el deber actuar.
- 24 Porque las materias utilizadas en el plan de estudios son enfocadas más a la teoría y
no a la práctica que es lo que verdaderamente nos hace ser más competentes en el
ámbito laboral y seríamos junto al SENA una de las instituciones más contratadas
por la experiencia mas no por lo que se copia en clase.
- 25 Hablo del plan de estudios con el cual yo me gradué, ya que nos preparaba para ser
operativos mas no administrativos, y a pesar de que esto no es malo, pues es bueno
saber hacer para saber dirigir, faltaba mayor preparación en cuanto a la dirección en
todos sus aspectos.
- 26 Falta mucho en software.
- 27 Pienso que las áreas que tocan el turismo y las hotelería deben ser replanteadas, ya
que realmente se dejan temas de suma importancia a un lado. Por otra parte pienso
que es importante empezar a incluir el manejo de softwares porque de otro modo no
se estará preparados para el ámbito laboral.
- 29 Hace falta más énfasis en las tendencias actuales del turismo y la hotelería, falta
mucho conocimiento en software especializados, en el segundo idioma debería ser
pertinente un examen de suficiencia antes de graduarnos.
- 34 Falta más fortalecimiento administrativo financiero
- 35 Considero que el plan de estudios evalúa muy poco del movimiento y evolución que
ha venido experimentando el turismo en la región y las necesidades del entorno en
cuanto a los profesionales
- 37 Los sistemas o GDS deben tener más relevancia y el segundo idioma es muy poco.
- 39 Aún hay materias que su contenido podría verse en otra materia o que se aprendería
más llevándose a la práctica.
- 40 Considero que el entorno turístico y hotelero de manera externa esta con mucha
más actualización y más avance que lo que los profesores realmente enseñan en
la universidad por lo que hacen que uno como egresado salga ala ámbito laboral y
haga descubrimientos de los cuales en la universidad nunca dieron nociones.
- 44 En la modificación que se hizo no se tuvieron en cuenta a varias consideraciones
hechas se cambiaron nombres pero no los contenidos Colombia está apostándole a
unos productos turísticos muy diferentes a los que se están trabajando en la
estructura curricular. Falta más inglés y de mayor calidad, más investigación y
sobretudo profundizar en el desarrollo sostenible y medio ambiente en un país que el
turismo lo hace en un entorno natural.
- 45 A mi modo de ver considero que el plan de estudios se queda corto a la hora del
trabajo de sistemas operativos, software, además que deberíamos profundizar más en
la parte de gestión empresarial y mercadeo, manejo de inventarios; en las diferentes
formas de organizaciones en el sector turismo por otro lado el nivel de un segundo
idioma en el caso de inglés es muy bajo para la exigencia laboral de hoy día para
una segunda lengua.
- 47 Falta un poco más de especificidad en los procesos dentro de las áreas no tienen
profundidad.

- 50 El plan de estudios no se encuentra estructurado para afrontar los desafíos que se encuentra actualmente en un mundo laboral donde las oportunidades son escasas.
- 53 Hacen falta más prácticas en cuanto a gestión de la hospitalidad y operación hotelera es indispensable el manejo de un software hotelero.
- Hoy en día todos sabemos que la Academia no sólo debe formar con conocimientos, estos deben ir a la par con la práctica en cada área que se forma (entiéndase que practica no sólo es ir de paseo a un determinado lugar, si muy bonito conocer los lugares. Pero es un aporte significativo para la calidad de estudiantes que se forman?
- 54 SIEMPRE SE HA ACONSEJADO QUE REPLANTEEN LOS CONTENIDOS Y LAS ÁREAS DEL PLAN DE ESTUDIOS. Es triste ver tantos Administradores Turísticos y Hoteleros. Desempeñarse como meseros. Camareras. (No es por desmeritar el trabajo, pero no para eso la Academia nos formó). Demostremos que tenemos un valor agregado.
- 56 Debilidad en finanzas e idiomas.
- No se deben enfocar únicamente a la proyección del futuro profesional como empleado, debemos ir más allá; se debe empezar a incentivar al estudiante a ser emprendedor en el área y así generar más empleo que contribuyan con la economía
- 59 de la región. Por otro lado es idóneo que los docentes de la carrera hayan tenido algún tipo de experiencia en hotelería y/o turismo y no solo se queden en la teoría que en algunos casos es obsoleta.
- Se deben dejar de lado las materias operativas, se debe guiar más a la gestión de
- 61 empresas, de proyectos en el ámbito público y privado, convenios con empresas de trayectoria para formar nuevos líderes
- Hace falta más profundización en el área de software e idiomas. Un@ persona
- 62 bilingüe que no haya estudiado hotelería es más competente en algunos aspectos que otra que si haya estudiado hotelería pero que no sea bilingüe
- 63 En el ámbito laboral exigen mucho conocimiento en las GDS hoteleras y de turismo. En el momento en que se desarrolló mi plan de estudios no contaba con software de
- 64 agencias, con gestión de calidad, métodos de inventarios culturales y otras herramientas que se aprendieron fuera del campus
- No se tienen en cuenta las nuevas tendencias de turismo y falta enseñar a investigar
- 67 en cada una de las áreas de la carrera en gastronomía, hotelería, administración y turismo, pues este último es el único explorado y los demás muchas veces ni siquiera se tienen en cuenta.
- Es un choque lo que uno en realidad se encuentra en el ámbito laboral, no me sentí preparada, falta mucho sobre manejo de software hotelero, el manejo del segundo idioma es algo casi obligatorio y en la universidad no se le da la suficiente
- 69 importancia. Las prácticas fueron paseos, nunca se nos brindó una verdadera oportunidad de conocer en realidad lo que es el trabajo en el ámbito hotelero y turístico, debería ser mucho más práctico, que se tenga la oportunidad de vivir en los primeros semestres la verdadera experiencia de la hotelería desde el hotel más pequeño hasta uno de cadena internacional. Que enfoquen mucho en emprendimiento también sería muy bueno.

- 71 Porque existen materias que en mi vida profesional no las he necesitado .y otras que son primordiales y los docentes no le dan la importancia. Porque de eso también depende que el estudiante se interese por los temas. Además pienso que las prácticas son muy importantes pero la universidad no le da el enfoque que deben y se merece. Las toman es como un paseo y no debe ser así, pues la carrera es un mar de conocimiento pero nada de profundidad.
- 74 Creo que la escuela es fuerte en el tema de turismo, sin embargo las ofertas laborales en este sector son bajas. Desde mi experiencia, siempre halle más ofertas en la hotelería y el no tener muchas habilidades desarrolladas implicó que fuera difícil ubicarme. El establecimiento para el que laboro, fue prácticamente el que ha aportado enormemente en mi formación, en temas de software y nuevos manejos de la operación hotelera. El manejo de un segundo idioma es algo que hay que fortalecer, vi 5 niveles en mi etapa de formación en la Escuela pero no fueron muy prácticos.
- 77 Como recomendación la formación de pregrado en administración turística y hotelera debe contar con manejo de software y mayor nivel de idiomas con enfoque en el área turística.
- 83 Recomiendo que a los estudiantes les den más prácticas laborales, en los cuales aprendan y tengan experiencia en diferentes campos si fuera posible de acuerdo a lo aprendido en clase, y que se le dé una capacitación en algún software Hotelero o de Agencia de Viajes.
- 93 El mercado laboral en el area de los servicios se ha transformado y aunque muchas teorías antiguas están vigentes, ahora el mercado se mueve conforme a las necesidades ya no del cliente sino de las organizaciones y las circunstancias que brinda el entorno. No nos prepararon para enfrentar la incertidumbre ni los riesgos a los que se exponen las organizaciones hoy día. El estudiante debe aprender a reaccionar más que teorías, a analizar, a crear, a innovar, a movilizar equipos, a tomar riesgos y a ser autoridad, CABEZA y no cola. Siento que la parte operativa no debe ocupar un lugar tan importante cuando el deseo es preparar gerentes idóneos para liderar organizaciones que hoy día buscan rentabilidad y eficiencia por el sistema económico que nos rodea. El modelo en el que nos educaron del cliente primero es ya un cuento de hadas. Gracias.
- 94 Deberían renovar la planta docente dejar la rosca y contratar gente por méritos académicos
- 97 Por qué se ve mucha teoría y muy poca práctica, deberían implementar prácticas que realmente permitan que los estudiantes sepan que van a encontrar en el campo laboral, me refiero que sean un poco operativas, salimos con la idea de que no podemos llegar a tender camas o a lavar losa, cuando es lo primero que debemos aprender, por ejemplo: si se quiere aplicar para un cargo de ama de llaves(Que en algunos lugares es bien remunerado); primero debemos aprender a tender las camas, por muy degradante que crean que es. En agencias de viajes no se vio absolutamente nada respecto a sistemas de reservas. La verdad cuando salimos nos estrellamos con la realidad, empezamos prácticamente de ceros.

- 100 A la escuela como tal le debe importar el bien global de sus egresados y no arraigarse al partidismo y favoritismo, como los hacen las empresas públicas de nuestro país, siento que falta más seguimiento a todos los egresados, no hay trabajo colectivo ni tampoco una bolsa de empleo en la escuela que sea medio para los recién egresados de la carrera. Sin embargo espero que esto sea para mejorar más no, para destruir ni dañar lo que se ha construido hasta ahora, según creo estas encuestas se hacen para auto evaluar los procesos diseñados y corregir aspectos que no aportan y afectan al programa como tal. Gracias.
- 104 La imagen de la escuela a nivel competitivo con respecto al mercado necesita actualizarse.
- 105 Sugiero enfatizar idiomas extranjeros ya que he estado a cargo de entrevistas para aspirantes y los profesionales de la escuela que he entrevistado no manejan el segundo idioma siendo este importante para nuestra carrera en el campo laboral esto les ha cerrado las puertas a muchos compañeros. Yo me enfoqué por el campo ambiental y ecoturismo y aunque el docente que me dictó esas materias no tenía idea de lo que es la realidad en este aspecto lo tuve que aprender en mi especialización, en trabajo con PNN, diplomados y cursos con otras instituciones, el plan de estudio debería enfocar más a los estudiantes de acuerdo a su vocación y destrezas.
- 106 Muchos, pero estoy corta de tiempo, además ando desconectada del pensum académico y no sé qué tanto ha cambiado y que tanto ha mejorado
- 107 Quiero ser invitada a un foro para comunicar mi experiencia en ser la primera hotelera de la fuerza Aérea adicional l única de universidad pública de mi curso. Adicional como motivar a los muchachos para cumplir si sus metas y ser independientes.
- 109 La carrera es buena, hace falta guiar a los estudiantes en cómo es la vida laboral e incentivar a generar experiencia ya que es algo muy importante y es la principal dificultad al terminar los estudios.
- 110 La implementación de software es vital para enfrentarse al mundo laboral y la implementación de prácticas académicas pensadas para el conocimiento del sector, la falta de información y actualización de los docentes y el programa académico tiene como resultado profesionales inexpertos sin herramientas reales para poder enfrentar y lograr un desempeño en el medio.
- 114 El nivel de inglés de los estudiantes egresados de Administración Turística y Hotelera en su mayoría es bajo y esto genera grandes desventajas en el momento de encontrar trabajo.
- 115 Recomendación: Incluir salidas de campo en materias como patrimonio cultural, con alto grado de investigación.
- 116 Tener contacto con bolsas de empleo o empresas para ayudar a los egresados a través de recomendación de la universidad para encontrar empleo de manera rápida.
- 117 Felicitaciones a los que realmente se dedican a realizar este trabajo hay muchos aspectos que mejorar para ser realmente profesionales competitivos y con objetivos claros.
- 119 Estructuración real acorde a las necesidades del medio por ejemplo más administración, finanzas, proyectos, mejorar geografía y materias de relleno.

- 121 Ser más activos en las prácticas ya que se tiene la posibilidad de hacer convenios con pequeñas y grandes empresas.
- 123 Ayuda de la Universidad a los egresados.
- 124 Sería muy bueno que en los 3 últimos semestres, el estudiante pueda escoger materias electivas para profundizar en el tema con el que más se identifique para su desempeño profesional.
- 125 Que la escuela tenga una base de datos de los egresados con Hojas de vida actualizadas para buscar trabajo por méritos y no por recomendados. Los cargos altos los están ocupando personas que ni experiencia tienen y los que si ocupan los más bajos.
- 131 Como decía anteriormente no sé si esté actualizado el tema de agencias de viajes porque hay muchísimas cosas necesarias y básicas que no las vi en la universidad y si son muy importantes en el diario vivir laboral.
- 132 En agencias de viajes lo del semestre lo vi en una hora de capacitación / estamos muy quedados con respecto a la competencia académica en cuanto a manejo de sistemas operativos.
- 134 Tarjeta profesional.
- 135 En la región es muy difícil conseguir empleo para los egresados, o solo por la experiencia, sino también por la condición o remuneración salarial es muy baja y no es valorada la carrera en el sector.
- 137 Debería implementar el idioma Inglés en todos los semestres. Las pasantías deben ser en una empresa del sector.
- 139 Actualizar todo el programa de A.T.H. enfocarse NTS-N calidad, idiomas no solo inglés.
- 140 Tener en cuenta para los programas actuales las prácticas que se hacían desde primer semestre, éstas me edificaron en mi parte laboral, a su vez solucionar lo de la tarjeta profesional y mayor exigencia en el nivel de inglés.
- 142 Porque le hace falta mucho contenido sobre todo en calidad, sostenibilidad, idiomas y énfasis en economía turística del sector.
- 143 mayor componente para la elaboración de proyectos, más investigación y más orientación a lo profesional no a lo operativo
- 145 Hace mucha falta el manejo de las TIC'S, complementado con un segundo idioma ya que en el mundo moderno cada aspecto de la industria de los viajes se maneja con sistemas que avanzan todo el tiempo debido a la globalización en la prestación de servicios. Y cuando se enfrenta la parte laboral moderna todos esos conceptos vistos en la U son lo más antiguo
- 146 Una cosa es lo que se ve en la academia y otra muy diferente cuando uno se enfrenta al mundo laboral

En la actualidad en la empresas se ve mucho el manejo de personal el manejo del talento humano pero no nos enseñan esto en la universidad, adicional las tecnologías que manejan no se ven no algo avanzado si no algo como el Excel o sistemas operativos hoteleros y/o de restaurantes y tampoco se tiene el inglés como foco primordial para salir a trabajar y este idioma es mucho más importante que el mismo español en el desarrollo de nuestras labores, estamos compitiendo a nivel mundial con graduados que tienen el inglés como segunda lengua y hasta una tercera lengua recién graduados de una universidad frente a los graduados de la UPTC que solo salimos con un inglés básico y nada más, enfocarnos en la realidad que podemos tener en el desarrollo de las labores..

Anexo 8 Ubicación laboral de los graduados ATH (2008-2016).

Nombre de la Organización	Ubicación	Cargo	Empresa de su propiedad	
			Si	No
Antioquia				
Eco Hotel Tierra de Agua	Cocorná	Administrador		x
Arauca				
SENA	Arauca	Líder de grupo de investigación		x
Bolívar				
Whats up caribe	Cartagena	Gerente general y comercial		x
Boyacá				
Fundación Paipa Bicentenario	Paipa	Investigador		x
Viajes Circular	Duitama	Asesor turístico		x
Secretaria de cultura y turismo de Boyacá	Tunja	Coordinador patrimonio cultural inmaterial		x
Club militar	Paipa	Jefe de alojamiento		x
Bavaria	Tibasosa	Representante de ventas		x
Fundación educativa copundetec	Chiquinquirá	Director	x	
Hotel	Sogamoso	Recepcionista		x
Pisos y techos del Tundama	Duitama	Gerente	x	
LYC SAS	Tunja	Administrador		x
Organización Equitel	Duitama	Asesora comercial Repuestos y Lubes		x
Casino Bavaria	Tibasosa	Supervisora SGI		x
Agencia de Desarrollo Económico Local Adel los Dinosaurios	Villa de Leyva	Gestora de las cadenas industriales culturales y turismo sostenible		x
Pueblito Boyacense	Duitama	Administrador		x
Inversiones Gourmet H.N Colombia	Duitama	Administrador		x
Hotel Boutique bella tierra	Tibasosa	Administrador		x
UPTC	Duitama	Docente		x
Gobernación de Boyacá	Tunja	Profesional de apoyo		x
Hotel Estelar	Paipa	jefe de gestión Humana		x
Hoteles Estelar	Paipa	Reservas generales		x

Organización Equitel	Duitama	Asesora comercial de repuestos y otros	x
Infinito punto cero	Duitama	Directora administrativa	x
Observatorio turístico	Duitama	Coordinadora de investigación	x
kur hotel biosalud	Duitama	Recepcionista	x
SENA	Tunja	Instructor	x
SR	Tunja	Coordinador	x
Fundación Educativa Corpoundetec	Chiquinquirá	Director	x
SEN Eléctrica SAS	Tunja	Coordinador SySO	x
kur hotel biosalud	Duitama	Recepcionista	x
Instituto Cenis de Colombia	Duitama	Docente áreas administrativas / asesora administrativa	x
COMFABOY-hotel Panorama	Paipa	Departamento de compras	x
Hotel H3	Sogamoso	Jefe de Recepción	x
Boyacá Tours L'alianxa Tunja	Tunja	Asesora Turística	x
Hotel suites arcoíris	Villa de Leyva	Administradora	x
Hotel el Lago	Paipa	Recepcionista	x
Roka Aviatur	Tunja	Agente de Viajes	x
UPTC	Duitama	Asistente de proyectos	x
SENA	Tunja	Instructor	x
Subway	Duitama	Empleada	x
Hotel Tobacá	Sogamoso	Recepcionista	x
Alcaldía de Tibasosa	Tibasosa	Almacén	x
Paipa tours Ltda	Paipa	Asesora comercial	x
Paipa tours Ltda	Paipa	Auxiliar administrativa	x
Macedonia Restaurante	Tunja	Propietario	x
UPTC	Duitama	Entrenador de Rugby	x
Distrihierros, Duitama	Duitama	Administrador y comerciante	x
Viñedo y cava luna de puntalarga	Puntalarga	Auxiliar Administrativa y guía turística	x
Secretaría de cultura y turismo de Boyacá	Tunja	Profesional de apoyo en turismo	x
Aegis café pub	Tunja	Administrador y propietario	x
Gobernación de Boyacá	Tunja	Coordinados de Turismo receptor / momento 1	x

Gobernación de Boyacá	Tunja	Digitadora de SITUR, sistema de información turística	x
Banco AV Villas	Duitama	Supernumeraria Integral	x
Hotel el Cid Plaza	Tunja	Administradora	x
Viajes circular	Tunja	Asesor Turístico	x
Viajes circular	Tunja	Asesor Turístico	x
Viajes circular	Sogamoso	Asesor Turístico	x
Hotel Plaza G	Sogamoso	Recepcionista	x
Club Militar	Paipa	Manejo del sistema (PQRS) - S.G.C.	x
Inversiones Sochagota SAS. Hotel	Paipa	Ama de llaves	x
Hotel Duruelo	Villa de Leyva	Mesera	x
Hotel Mesón de los Virreyes	Villa de Leyva	Administradora	x
Club Militar	Paipa	Ejecutivo de eventos	x
Hotel Plaza Mayor	Villa de Leyva	Recepcionista	x
Club Militar de Oficiales Sede Sochagota	Paipa	Gerente	x
Alcaldía	Tota	Coordinador de cultura y turismo	x
Jupawis	Duitama	Asesor comercial/agente de viajes	x

Casanare

Gobernación	Yopal	Profesional de apoyo	x
Hotel Hampton by Hilton	Yopal	Ama de llaves	x
Hotel Hampton by Hilton	Yopal	Jefe de Recepción	x

Cundinamarca

Sopas de mama y postres de la abuela	Bogotá	Asistente de punto	x
Agencias de viajes	Bogotá	Auxiliar de Vuelo	x
Microm de Colombia	Bogotá	Administrador turístico y hotelero	x
Consejo Nacional Electoral	Bogotá	Profesional Universitario	x
Grupo vdt Colombia	Bogotá	Asesor comercial/agente de viajes	x
Sopas de mama y postres de la Abuela	Bogotá	Gerente de punto	x
Hotel 93 Luxury Suites - Cadena de Hoteles Bluedoors	Bogotá	Directora comercial	x

107	Fuerza aérea Colombiana	Bogotá	Comandante Escuadrón servicios especiales grupo de transporte militar	x
	COTELCO	Bogotá	Director de calidad, capacitación y consultoría	x
Huila				
	Alcaldía	San Agustín	Secretario de cultura y turismo	x
Internacional				
	Grupo PUNTACANA	República Dominicana	Encargado de gestión Humana	x
	Sitaly Tours- Leonardo Amado Wedding y Events Planners	Alberobello- Italia	Director general	x
	Royal Caribbean Internacional	USA	Servicio al cliente	x
	Travco uk	Londres	Group operations executive	x
	Grupo Punta Cana	República Dominicana	Encargado de servicios generales en recursos humanos	x
	Hotel be live Canoa	República Dominicana	Gerente de ama de llaves/Gobernanta	x
Meta				
	Hotel paraíso de Manacacias	Puerto Gaitán	Administrador	x
Santander				
	SENA	San Gil	Instructor	x
	Exploración Colombia guides	San Gil	Guía o formador turístico	x
	Hotel Santa Catalina	San Gil	Gerente	x
Valle del cauca				
	Zain inversiones S.S.S	Cali	Gerente general	x
Sin Respuesta				
	Alcaldía	SR	Auxiliar contable	x
	Viajes circular	SR	Asesor Turístico	x

El área de desempeño de los graduados de la EATH, está clasificado en 4 segmentos por colores así:

Amarillo: área turística

Azul: área administrativa

Rojo: área hotelera

Anexo 9 Estudios de posgrado de los Graduados ATH (2008-2016).

ESTUDIOS DE POSGRADO		
ID	Título obtenido	Institución
Diplomados		
12	Alta Gerencia Hotelera	UPTC
112	Cocina básica, cocina colombiana, diseño y montaje de menús.	Verde Oliva
125	Turismo rural comunitario	UNAD
129	Vigías del patrimonio	Universidad Santo Tomás
134	Alta gerencia hotelera	COTELCO
136	Desarrollo de competencias y habilidades gerenciales	Cámara de comercio
140	Sistemas de gestión de calidad	SENA
152	Sistemas de Gerencia Integral HSEQ	UPTC
152	Auditor Interno en ISO 9001:2008, ISO 14001: 2004 y OHSAS 18001: 2007, Basado en las Normas ISO 19011: 2011	UPTC
152	Recursos Humanos	Politécnico Gran Colombiano
Especialización		
9	Especialista en gestión ambiental	UPTC
11	Especialista en Dirección estratégica	Universidad Europea del Atlántico
16	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
18	Planificación del turismo sostenible	UPTC
21	Salud ocupacional y seguridad en el trabajo	UPTC
22	Pedagogía de los derechos humanos	UPTC
22	Gerencia de talento humano	UPTC
23	Gerencia de talento humano	UPTC
24	Gerencia de talento humano	UPTC
26	Salud ocupacional y seguridad en el trabajo	UPTC
28	Planificación del turismo sostenible	UPTC
30	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
32	Planificación del turismo sostenible	UPTC
34	Alta gerencia en mercadotecnia	UPTC
35	Pedagogía de los derechos humanos	UPTC
43	Planificación y gestión de Desarrollo Territorial	UPTC
44	Educación ambiental	UPTC
47	Planificación del turismo sostenible	UPTC
49	Planificación y gestión del desarrollo territorial	UPTC
50	Gerencia de talento humano	UPTC
51	Gerencia de talento humano	UPTC
51	Salud ocupacional y seguridad en el trabajo	UPTC
52	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC

56	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
59	Gerencia de talento humano	UPTC
70	Turismo sostenible	UPTC
74	Planificación en Turismo Sostenible	UPTC
75	Gerencia del talento humano	UPTC
77	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
78	Gerencia del talento humano	UPTC
152	Gerencia del talento humano	UPTC
79	Gerencia del talento humano	UPTC
80	Salud ocupacional y prevención de riesgos laborales	UPTC
81	Gestión del talento humano	UPTC
86	Planificación del turismo sostenible	UPTC
88	Gerencia del talento humano	UPTC
90	Gerencia del talento humano	UPTC
93	Alta gerencia	Universidad de San Buenaventura
95	Gerencia del talento humano	UPTC
97	Planificación y gestión del turismo sostenible	UPTC
98	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
100	Pedagogía en derechos humanos	UPTC
103	Gerencia del talento humano	UPTC
105	Gestión ambiental	UPTC
106	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
110	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
112	Poscosecha de frutas, verduras y flores.	UPTC
114	Seguridad y salud en el trabajo	UPTC
116	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
118	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
119	Gestión estratégica en proyectos	UPTC
121	Planificación del turismo sostenible	UPTC
123	Gerencia del talento humano	UPTC
126	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
128	Planificación y gestión del desarrollo territorial	UPTC
132	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
133	Finanzas	UPTC
135	Alta Gerencia en Mercadotecnia	UPTC
140	Gerencia del talento humano	Manuela Beltrán
141	Planificación y gestión del turismo sostenible	UPTC
	Lúdica y desarrollo cultural y social	Los libertadores
142	Gerencia y Mercadeo	UNAB Quindío
	Gerencia Logística	Ejército Nacional
		Educational Institute -
147	Alimentos y bebidas	American Hotels & Lodging Association

	Administración y gerencia de sistemas de calidad	Universidad Santo Tomás
Maestría		
30	Administración y Dirección De Empresas	Centro Europeo de Posgrado y empresa
44	Desarrollo sostenible y medio ambiente	Universidad de Manizales
71	Patrimonio cultural	UPTC
	Estrategia gerencial turismo	Puerto Rico Funiber
142	Gestión Hotelera y de Turismo	Escuela Europea Administración EUDE
Estudios		
86	Tecnólogo en guianza turística	SENA
92	Ingles conversacional	Gtcc Carolina Del Norte
109	Administración del Talento Humano	SENA

Anexo 10. Dificultades para obtener empleo

ID	Dificultades para obtener empleo
17	Manejo de software operativos
63	Manejo de software Hotelero
125	La especialización o maestría
129	Manejo de GDS
139	Manejo de Software
107	Ninguna
Modalidad de contratación	
18	libre nombramiento y remoción
118	Independiente
78	Empresario
81	Libre nombramiento y remoción
Medio para obtener empleo	
6	pasando hojas de vida personalmente a las empresas
22	Iniciativa empresarial
45	Pasantía
118	Iniciativa propia
129	Pasar hojas de vida a todas las empresas
131	En las prácticas me di a conocer y se me abrieron muchas puertas
137	Iniciativa propia
133	Pasar hoja de vida
78	Creación de empresa
92	Internship
146	Contacto

Anexo 11. Comentarios adicionales Graduados ATH (2008-2016)

ID	COMENTARIOS ADICIONALES
4	<p>Con miras a la re acreditación se debe buscar la reforma del pensum hacia la parte administrativa y de planificación y gestión de proyectos turísticos, hoteleros y culturales; la revolución turística en el país debe estar liderada por egresados y estudiantes de la carrera, más no seguir formando operativos para las empresas, la actualización de la clase de planificación turística y gestión de proyectos debe estar estrictamente apegada a las oportunidades reales en el mundo exterior, formular a los estudiantes se tomen seminarios en liderazgo turístico y fondos de financiación de proyectos, comprender la metodología de formulación de proyectos turísticos relacionados con FONTUR y el ámbito público."</p>
7	<p>La escuela debería enfocarse en la parte práctica y tan teórica pues el entorno laboral es muy diferente a lo que ve uno en las aulas de clases, implementar el uso de GDS pues uno se da cuenta que la oferta laboral es mínima y sin experiencia peor, cambiar la metodología de enseñanza haberlo enfondase en la realidad de las empresas y el avance de la tecnología, pues esta carrera poca oferta laboral tiene en el país y los salarios que ofrecen son mínimos, se pone uno a pensar estudiar tanto tiempo para salir a ganarse el mínimo es de pensar que algo está pasando</p>
9	<p>Muy bueno que se evalúen estos temas, es importante para una formación más integral. Yo creería que sería bueno promover el área de investigación, los grupos de investigación, gracias a eso aprendí a amar la carrera...</p>
11	<p>La importancia de estos proyectos, como el denominado Pertinencia social del programa Administración Turística y Hotelera radica en la funcionalidad y la proyección que tendrá el mismo. En ese sentido, espero nos convoquen a la socialización y espacios de discusión, es los cuales seguramente tendremos valiosos aportes participativos.</p>
15	<p>El plan de estudios abarca conocimientos muy importantes para el área laboral, pero personalmente considero que deberían implementar más prácticas empresariales para profundizar los conocimientos teóricos, ya que una de las exigencias para encontrar empleo es experiencia.</p>
16	<p>Se requiere realizar muchas mejoras en el plan de estudios y lineamiento del mismo , así mismo la articulación efectiva con empresas del sector y un mayor apoyo en la búsqueda de la pasante a los estudiantes , ampliar las alternativas</p>
17	<p>Me gustaría que implementaran más prácticas, ya que en verdad son muy necesarias.</p>
21	<p>El enfoque a la Hotelería y Turismo es bueno para generación de empresa pero creo que es muy mal pago para los empleados o egresados, deberían enfocarse en competencias empresariales que nuestra carrera no sea un grillete para solamente trabajar en esto sino que ante todo somos ADMINISTRADORES podamos trabajar en cualquier empresa y competir con cualquier carrera.</p>

33 "Consideró que el programa de Administración Turística y Hotelera es muy completo, sin embargo no sé cómo estén manejando actualmente el área de idiomas, ya que en mi caso ha sido un plus muy importante y consideró que se debe hacer un énfasis para las nuevas generaciones de que no es algo de querer aprender, es una necesidad absoluta en el mercado laboral.

37 Deben tramitar la tarjeta profesional es de gran importancia para los cargos públicos

38 Me parece importante que tengan en cuenta la opinión de los egresados; y nuestra percepción en el campo laboral como profesionales.

40 Creo que para el tiempo que me toco a mi estudiar faltó bastante actualización en procesos legislación métodos pues lo que se aprende teórico es una cosa, y la realidad de la vida laboral es otra además que la cuestión del idioma fue algo súper básico como el colegio mas no una materia para aprender, reforzar y al menos saberlo expresar.

41 Hoy en día el país y las políticas gubernamentales no favorece al Profesional, hay una desigualdad de empleabilidad, muchos años estudiando para obtener un mínimo de salario, salarios que no sobrepasa del Millón.

42 Pienso que al programa le hace falta un módulo de pedagogía y ser más aplicada a la vida real a las necesidades que se encuentran en el entorno de la industria de los servicios y el desarrollo que se puede realizar en las regiones desde la academia.

47 En la pregunta cuales son las dificultades para obtener empleo no es solo una son casi todas.

63 Es vital conocer desde un principio el grado de exigencia que implica esta carrera, y lo esclavizante que es, para no generar falsas expectativas mientras se cursan las materias frente al momento en que se sale a laborar

71 Que se debiese dar un poco mas de información para entender las preguntas.

74 Creo que la escuela es fuerte en el tema de turismo, sin embargo las ofertas laborales en este sector son bajas. Desde mi experiencia, siempre halle más ofertas en la hotelería y el no tener muchas habilidades desarrolladas implico que fuera difícil ubicarme. El establecimiento para el que laboro, fue prácticamente el que ha aportado enormemente en mi formación, en temas de software y nuevos manejos de la operación hotelera. El manejo de un segundo idioma es algo que hay que fortalecer, vi 5 niveles en mi etapa de formación en la Escuela pero no fueron muy prácticos.

77 Como recomendación la formación de pregrado en administración turística y hotelera debe contar con manejo de software y mayor nivel de idiomas con enfoque en el área turística.

83 Recomiendo que a los estudiantes les den más prácticas laborales, en los cuales aprendan y tengan experiencia en diferentes campos si fuera posible de acuerdo a lo aprendido en clase, y que se le dé una capacitación en algún software Hotelero o de Agencia de Viajes.

- 93 El equipo de profesionales que enseñaban para cuando estudié no pudo ser más humano y profesional, pero debo reconocer que frente a otras instituciones, nos perfilan para cargos operativos y no nos ven con las competencias para ocupar una gerencia cuando salimos. El camino en adelante no fue fácil en mi caso para ocupar el cargo por el cual me preparé.
- 94 Deberían renovar la planta docente dejar la rosca y contratar gente por méritos académicos
- 97 Me siento orgullosa de pertenecer a la escuela; aunque tiene falencias estoy segura que trabajarán para mejorarlas.
- 100 A la escuela como tal le debe importar el bien global de sus egresados y no arraigarse al partidismo y favoritismo, como los hacen las empresas públicas de nuestro país, siento que falta más seguimiento a todos los egresados, no hay trabajo colectivo ni tampoco una bolsa de empleo en la escuela que sea medio para los recién egresados de la carrera. Sin embargo espero que esto sea para mejorar más no, para destruir ni dañar lo que se ha construido hasta ahora, según creo estas encuestas se hacen para auto evaluar los procesos diseñados y corregir aspectos que no aportan y afectan al programa como tal. Gracias
- 104 La imagen de la escuela a nivel competitivo con respecto al mercado necesita actualizarse.
- 105 Sugiero enfatizar idiomas extranjeros ya que he estado a cargo de entrevistas para aspirantes y los profesionales de la escuela que he entrevistado no manejan el segundo idioma siendo este importante para nuestra carrera en el campo laboral esto les ha cerrado las puertas a muchos compañeros. Yo me enfoqué por el campo ambiental y ecoturismo y aunque el docente que me dictó esas materias no tenía idea de lo que es la realidad en este aspecto lo tuve que aprender en mi especialización, en trabajo con PNN, diplomados y cursos con otras instituciones, el plan de estudio debería enfocar más a los estudiantes de acuerdo a su vocación y destrezas.
- 106 Muchos, pero estoy corta de tiempo, además ando desconectada del pensum académico y no sé qué tanto ha cambiado y que tanto ha mejorado
- 107 Quiero ser invitada a un foro para comunicar mi experiencia en ser la primera hotelera de la fuerza Aérea adicional la única de universidad pública de mi curso. Adicional como motivar a los muchachos para cumplir sus metas y ser independientes.
- 109 La carrera es buena, hace falta guiar a los estudiantes en cómo es la vida laboral e incentivar a generar experiencia ya que es algo muy importante y es la principal dificultad al terminar los estudios.
- 110 La implementación de software es vital para enfrentarse al mundo laboral y la implementación de prácticas académicas pensadas para el conocimiento del sector, la falta de información y actualización de los docentes y el programa académico tiene como resultado profesionales inexpertos sin herramientas reales para poder enfrentar y lograr un desempeño en el medio.

- El nivel de inglés de los estudiantes egresados de Administración Turística y
114 Hotelera en su mayoría es bajo y esto genera grandes desventajas en el momento
de encontrar trabajo.
- 115 Recomendación: Incluir salidas de campo en materias como patrimonio cultural,
con alto grado de investigación.
- 116 Tener contacto con bolsas de empleo o empresas para ayudar a los egresados a
través de recomendación de la universidad para encontrar empleo de manera
rápida.
- 117 Felicitaciones a los que realmente se dedican a realizar este trabajo hay muchos
aspectos que mejorar para ser realmente profesionales competitivos y con
objetivos claros.
- 119 Estructuración real acorde a las necesidades del medio por ejemplo más
administración, finanzas, proyectos, mejorar geografía y materias de relleno.
- 121 Ser más activos en las prácticas ya que se tiene la posibilidad de hacer convenios
con pequeñas y grandes empresas.
- 123 Ayuda de la Universidad a los egresados.
- 124 Sería muy bueno que en los 3 últimos semestres, el estudiante pueda escoger
materias electivas para profundizar en el tema con el que más se identifique para
su desempeño profesional.
- 125 Que la escuela tenga una base de datos de los egresados con Hojas de vida
actualizadas para buscar trabajo por méritos y no por recomendados. Los cargos
altos los están ocupando personas que ni experiencia tienen y los que si ocupan
los más bajos.
- 131 Como decía anteriormente no sé si esté actualizado el tema de agencias de viajes
porque hay muchísimas cosas necesarias y básicas que no las vi en la universidad
y si son muy importantes en el diario vivir laboral.
- 132 En agencias de viajes lo del semestre lo vi en una hora de capacitación / estamos
muy quedados con respecto a la competencia académica en cuanto a manejo de
sistemas operativos.
- 134 Tarjeta profesional
- 135 En la región es muy difícil conseguir empleo para los egresados, o solo por la
experiencia, sino también por la condición o remuneración salarial es muy baja y
no es valorada la carrera en el sector.
- 137 Debería implementar el idioma Inglés en todos los semestres. Las pasantías
deben ser en una empresa del sector.
- 139 Actualizar todo el programa de A.T.H. enfocarse NTS-N calidad, idiomas no
solo inglés.
- 140 Tener en cuenta para los programas actuales las prácticas que se hacían desde
primer semestre, éstas me edificaron en mi parte laboral, a su vez solucionar lo
de la tarjeta profesional y mayor exigencia en el nivel de inglés.

- 143 Tener especial atención con las materias de talleres, se enfocan mucho en lo práctico más no en lo administrativo las GDS deben ser indispensables gestionar para tener una profundización en inglés, el centro de idiomas no da la talla es una carrera de administración y se debe ver reflejada en las habilidades gerencia les que tengan los egresados.
- 144 Si. Que lleven un poco más a la realidad y no tanto a la academia. Enfocarse en el área administrativa ya qué hay muchos operarios y pocos con perfil gerencial. (Nosotros somos administradores, debemos salir preparados para tal). Falta mucha credibilidad de parte de los profesores en los estudiantes. Los profesores no se actualizan y se quedan en temas que ya no tienen relevancia. Por eso los estudiantes en su mayoría no llegan a obtener buenos puestos, por qué no tienen el conocimiento requerido a no ser que uno mismo lo haya buscado y desarrollado. Nuestra carrera no vale nada sin un segundo idioma.
- 145 Preferiblemente saber mínimo 3 idiomas si se quiere lograr un alto grado de competitividad en las nuevas generaciones. Eso implica también cambios de profesores que no manejen idiomas o que no se arriesguen a estar actualizados. Hay que tener una visión más grande de lo que se quiere con esa carrera y los estudiantes en todas las materias y en general en todo.
-

ANEXOS 12. Nombre y ubicación empleadores encuestados

Nombre de la empresa	Área de la empresa	Ubicación
ARAUCA		
SENA	Otros	Arauca
BOYACÁ		
A & S Turísticos S.A.S	Turismo	Boyacá revisar esta información
Corporación Santo Domingo	Otros	Chiquinquirá
UPTC	Otros	Duitama
Municipio de Duitama	Otros	Duitama
Dinastía Real Hotel	Hotelería	Duitama
Banco AV Villas	Otros	Duitama
Restaurante Gula y Lujuria	Turismo	Duitama
Viajes circular S.A.S	Turismo	Duitama
Café Bar central	Turismo	Duitama
Promotora de viajes provitur Ltda	Turismo	Duitama
Zero estrés SPA	Turismo	Duitama
Observatorio turístico	Turismo	Duitama
Centro de Formación Técnico Laboral	Otros	Duitama
IPS Biosalud S.P.	Hotelería	Duitama
Distri Hierros	Otros	Duitama
Nodo estrategia creativa	Otros	Duitama
Eventos 1A recreación y turismo	Turismo	Duitama
Cámara de comercio	Otros	Duitama
DR. Marco Quijano Rico Ph.D. Viedo & Cava	Turismo	Nobsa
Loma de Punta larga		
Restaurante Jarillones	Turismo	Paipa
Inversiones Sochagota	Hotelería	Paipa
Hotel Casa Blanca	Hotelería	Paipa
Inversiones Sochagota	Hotelería	Paipa
Paipa Tours Ltda	Turismo	Paipa
Cortupaipa	Turismo	Paipa
Hotel Estelar	Hotelería	Paipa
Fundación Paipa Bicentenario	Turismo	Paipa
Hotel Yanuba de la once	Hotelería	Sogamoso
Hotel Litavira	Hotelería	Sogamoso
Banquetes Fiesta	Hotelería	Sogamoso
Hotel Tobaca	Hotelería	Sogamoso
Sodexo Sogamoso	Hotelería	Sogamoso
Hotel Boyacá Real	Hotelería	Tibasosa

Hotel Boutique Bella Tierra	Hotelería	Tibasosa
Alcaldía de Tibasosa	Otros	Tibasosa
Hotel el Lago	Hotelería	Tibasosa
Nausán Cadena S.A.S	Turismo	Tunja
SENA	Otros	Tunja
SENA	Otros	Tunja
Gobernación de Boyacá	Otros	Tunja
Boyacá Tours	Turismo	Tunja
Hotel Iguaque Campestre	Hotelería	Villa de Leyva
Adel los Dinosaurios	Turismo	Villa de Leyva

CUNDINAMARCA

Avianca	Turismo	Bogotá
---------	---------	--------

INTERNACIONAL

NH Hotels Group	Hotelería	España
Lifestyle Holidays Vacation Resorts	Hotelería	República Dominicana

SANTANDER

Coruco centro recreacional	Turismo	Bucaramanga
Exploración Colombia Guides	Turismo	San Gil

Anexo 13. Pregunta 6 a empleadores

ID	p6. Desde su punto de vista ¿cree que los técnicos y tecnólogos están reemplazando los cargos que deberían ocupar los profesionales en el sector turístico y hotelero? ¿Por qué'
1	Si, mano de obra calificada con un menor salario, aceptación y disponibilidad para los cargos a ocupar.
2	No, es importante un profesional puesto que se tienen más criterios en el momento de toma de decisiones.
3	No, el campo laboral de cada uno está perfectamente definido y diferenciado.
4	Por experiencia.
5	En ocasiones si, dado que sus aspiraciones laborales son más bajas y el rendimiento es similar.
6	Si, desafortunadamente las organizaciones proyectan sus gastos y ven oportunidad de bajos salaros en los técnicos. También depende el cargo.
7	Si, falta de convenio con la universidad, bolsa de empleo y pasantes y capacitación.
8	SR
9	Sí, porque son más específicos en unos conocimientos, más creativos y se emplean por menor contraprestación salarial.
10	En ocasiones por la aspiración salarial.
11	SR
12	Sí, porque salen en menor tiempo y quizás con los mismos conocimientos que los profesionales.
13	En lo personal no me parece porque para la LIA que lo que actualmente laboro solo para la agencia. Cuanto gerente con especialización en turismo y hotelería.
14	Si, en algunas ocasiones debido a su desempeño adecuado.
15	Sí, porque los pasantes SENA son ingresados a empresas donde deben faltar pasantes para lograr descuento en impuestos.
16	Sí, porque las empresas del sector turístico y hotelero prefieren contar en sus equipos de trabajo porque les resta mucho más económico contratarlo que a un profesional universitario.
17	Si, ya que tienen practica laboral y los profesionales no la tienen, además buscan solo una experiencia de mínimo 1 año y se retiran. Falta de integridad y ética profesional.
18	Aún no, pero probablemente para allá vamos, acaban menos pero no más especializados, tienen menos visión de trabajo sencillo los tecnólogos tienden mejor las camas, la formación mejora mientras la formación universitaria está bastante estática.
19	Si, son más operacionales sus labores. Hoy en día son más los cargos operacionales que administrativos.
20	Porque tienen una formación más al hacer porque se está haciendo énfasis en bilingüismo y porque se paga menos.
21	Por la remuneración salarial, es un sector donde se encuentra muchos desniveles salariales, sobre todo en áreas administrativas y gerenciales.
22	No, el nivel técnico y tecnológico se limita a la práctica, olvidado fundamentos teóricos que aportan a la evolución empresarial.

- 23 Sí, es mano de obra más barata.
- 24 Sí, hay reemplazo poseen más habilidades técnicas y operativas por un buen salario.
Sí, debido a que el profesional no es valorado y su trabajo es concebido como auxiliar de
- 25 tareas varias, no se ve como un profesional estratégico ni gerencial, debe enfocarse el
ámbito donde se va a desarrollar.
- 26 Sí, porque el nivel de práctica es más alto.
- 27 No, yo creo que los complementan pero no que los reemplazan.
Sí, manteniendo más practica a veces los profesionales son muy teóricos y la actividad
- 28 laboral es muy pobre por no tener experiencia la cual adquiere mediante pasantías
mínimo de 3 meses.
- 29 Porque es más práctico.
- 30 SR
- 31 Si, el profesional no quiere desarrollar cargos operativos.
Básicamente porque el mercado laboral regional en un mercado de pequeñas y medianas
- 32 empresas familiares que restringen el pleno desarrollo de los profesionales en la región.
- 33 Si, por los bajos salarios y la falta de prácticas empresariales.
- 34 Sí, porque tienen mayor conocimiento operativo.
- 35 No, son diferentes los profesionales están más calificados.
- 36 No lo creo, porque eso depende de la actitud de cada persona.
Los profesionales formados con carácter, críticos, reflexivos, honestos y responsables no
serán fácilmente reemplazados ni por técnicos o tecnológicos, porque están habilidades y
- 37 destrezas las pueden aprender solo con buena voluntad. Hay es que formarlos no para el
trabajo, sino para que sean felices y logren el desarrollo personal; para estos
profesionales hay muchas oportunidades labores, porque tienen perspectivas en amplios
ámbitos laborales.
- 38 No.
- 39 SR
- 40 No, porque los perfiles son diferentes.
- 41 Sí, porque las empresas creen que la mano de obra menos capacitada se paga más barato.
- 42 Sin respuesta.
- 43 Sí, por cuestiones de salarios.
- 44 No porque el profesional tiene un criterio más estratégico que operativo.
- 45 Si porque no hay muchos campos de acción, falta cultura en la gente
Si. Porque no se ve el profesionalismo del administrador, no se percibe la diferencia
- 46 entre un técnico, un tecnólogo y un profesional.
- 47 Ahorro en nómina
Si porque carreras alternas como la ingeniería industrial ocupan los espacios bajo
- 48 parámetros administrativos.
- 49 No creo que los tecnólogos, pero si profesionales en otras áreas.
-

Anexo 14. Pregunta 8 empleadores.

ID	P8. En la actualidad y en su criterio, ¿Cuáles son las principales necesidades que exige el medio turístico y hotelero a los profesionales de A.T.H?
1	Manejo de un segundo idioma, sistemas integrados de calidad turística.
2	Idioma.
3	Liderazgo, creatividad, emprendimiento, trabajo en equipo y manejo de un segundo idioma.
4	Experiencia.
5	El análisis situacional frente al turismo nacional e internacional ver las exigencias del mercado y acomodarse con facilidad a ello.
6	Profesionales con alto conocimiento financiero, mercadeo e idiomas.
7	Aplicación y conocimiento de normas y crear convenio con la universidad.
8	Dominar a su perfección los idiomas, inglés.
9	Gestionar proyectos y manejo del Idioma.
10	Manejo de sistemas informáticos y segundo idioma.
11	SR
12	Experiencia, trabajo en equipo, liderazgo.
13	Manejo de GDS / Idiomas. Mucho más conocimiento en ciertos campos, manejo de software hotelero.
14	Mayores habilidades frente al manejo al cliente.
15	Considero que los Administradores deberían apoyar las secretarías de turismo ya que esos cargos los ocupan economistas administradores de empresas.
16	Más preparación operativa - manejo de los idiomas.
17	Prácticas: Atención y manejo de ventas, atención al público. Habilidades innatas y asertividad.
18	Mucha más proximidad a lo básico sin descuidar lo académico. En este panorama Laura es una excepción.
19	Atención al cliente, disciplina, dedicación. Don de gentes, tolerancia y liderazgo.
20	Bilingüismo, emprendimiento, énfasis en liderazgo
21	Manejo de un segundo idioma, gestión administrativa, fortalecimiento empresarial
22	Tomar decisiones acordes a las necesidades del mercado y del cliente, promover la expansión empresarial desde el punto de vista turístico.
23	Experiencia.
24	Más personal capacitado en las diferentes normas técnicas que exige el ministerio de industria y comercio.
25	Profesionales con habilidades y capacidades gerenciales, de liderazgo y direccionamiento estratégico. A su vez con capacidades de enfocarse a trabajos según los contextos, marketing y estrategias de desarrollo integral.
26	Experiencia.
27	Se debe tener una excelente competencia en lectura y comprensión de lectura a sí mismo en escritura. Reforzar la atención al cliente ya que se está prestando servicio.
28	Sentido común, carisma, lógica (aplicarla) ganas (ponerse la camiseta) ser autodidacta.
29	Idioma, liderazgo, trabajo en equipo, eficiencia, manejo de GDS.

- 30 Ingles. Conocimientos en normas de calidad "Norma de sostenibilidad" Compromiso -
Habilidades de liderazgo y gerencia.
- 31 Liderazgo, asertividad, pro actividad, innovación y creatividad.
- 32 Manejo de un segundo idioma, software especializado relaciones interpersonales, trabajo
en equipo, especialización en el área de su desempeño.
- 33 Manejo de software y segundo idioma (ingles).
- Conocimiento en agencias de viajes. Conocimiento en viajes: cadena de valor, como
- 34 liquidar comisiones, como se arma un plan, manejo de tarifas. Conocimientos en
geografía, en ventas, conocimiento de los GDS e Idiomas.
- 35 Manejo de un segundo idioma, habilidades administrativas, manejo de TIC'S software,
habilidad manejo de personal, mercadeo, marketing, conocimiento de finanzas.
- 36 Aprendizaje de un segundo idioma. Servicio al cliente. Manejo en situaciones difíciles.
Seguridad en toma de decisiones
- A ser personas correctas, en oratoria, expresión corporal, en gestión del conocimiento, en
planificación de la realidad del turismo, en contratación pública, en elaboración,
- 37 evaluación, análisis y gestión de proyectos turísticos, en participación comunitaria,
esencialmente en investigación en turismo, utilización de las tecnologías y software de
turismo especializado.
- 38 Generar procesos simples para adquirir un paquete turístico.
- 39 Trabajo en equipo, liderazgo y pensamiento holístico.
- 40 Sin respuesta.
- 41 El idioma, enseñar a crear empresa y no solo someterse a ser empleado, creer más en su
industria.
- 42 El idioma y servicio al cliente.
- 43 Todas las áreas financieras y administrativas.
- 44 Emprendimiento y gestión de proyectos.
- 45 Tecnología.
- Gestionar turismo: diseño de productos, implementación de normas sectoriales y de
- 46 calidad turística, sistemas de información estratégica y comercial, capacidad de
promocionar y vender destinos, de internacionalizar la oferta entre otros.
- 47 Manejo segunda lengua. Sistemas globales.
- 48 Idiomas.
- 49 Otro idioma, manejo de pensamiento más gerencial.
-

Anexo 15. Pregunta 11 a empleadores.

ID	P11. ¿Cuál cree usted que es el principal aspecto a mejorar del graduado de A.T.H? ¿Por qué?
1	Aplicación, conocimientos y aporte en los diferentes campos de aprendizaje empresa.
2	Cobrar bien, le da valor al trabajo realizado y se cotice el egresado.
3	Mejorar sus competencias como líder y en el manejo de un segundo idioma.
4	Motivación personal.
5	Las relaciones interpersonales y la gestión del talento humano.
6	Mayor espíritu empresarial y desde luego actitud de liderazgo.
7	Darse a conocer desde su fase educativa. No salir a buscar trabajo a otras regiones si no crear conciencia de necesidad de profesionales.
8	SR.
9	Una formación más acorde con la realidad y problemática turística de la localidad y región y una formación alta en formulación de proyectos y un nivel de idiomas superior.
10	Los mismos del ITEM 8.
11	SR.
12	Ninguno.
13	Que tengan buen conocimiento de software hotelero, los sistemas de distribución GDS, mínimo que hablen un idioma (inglés).
14	Capacidad de análisis frente a las dinámicas del mercado.
15	SR.
16	El compromiso, sentido de pertenencia hacia la empresa por la que trabaja en la cocina dejar aseada su área de trabajo.
17	Practica: buen desempeño con calidad y criterio.
18	Menos resistencia al desarrollo de trabajos básicos, debe ser de formación mucho más cosmopolita no unos si no desde idioma extranjero, mayor don de gentes.
19	Manejo de software especializado, análisis de datos estadísticos, toma de decisiones.
20	Se debe tener la posibilidad de pasantías internacionales con énfasis en un segundo idioma. Énfasis en emprendimiento y generación de empresas.
21	Manejo de un segundo idioma. Más profundización en las áreas específicas.
22	Capacidad de toma de decisiones, teniendo en cuenta la integridad con las demás áreas de una empresa.
23	Más experiencia en Hotelería.
24	Ninguno.
25	Trabajar acorde a las dinámicas reales y contar con habilidades y capacidades de direccionamiento y estrategia.
26	Sin respuesta.
27	La atención al cliente.
28	Durante la carrera realizar pasantías mínimas de tres meses.
29	Idiomas, manejo de sistemas.
31	Finanzas y Liderazgo.

- Indudablemente un segundo idioma es fundamental, pero agregaría que se deben mejorar aspectos como el manejo de sistemas informáticos del Arez, el Added e interpretación de la información contable financiera y de costos estándares de calidad de la industria y por ultimo innovación.
- Nivel de idiomas, debido a la importancia y manejo del idioma en el sector turístico.
- Agencia de viajes.
- Idioma, planificación turística.
- Segundo idioma porque es una herramienta a nivel mundial. Manejo de servicio al cliente.
- En generar MOVILIDAD ACADÉMICA A NIVEL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL A PAÍSES DONDE SE MANEJE UNA SEGUNDA LENGUA.
- Sin respuesta.
- La competencia de emprendimiento, necesitamos más empresarios, personas que se atrevan a iniciar nuevos negocios y menos empleados.
- Sin respuesta.
- Continuar con el afianzamiento de conocimiento de la industria, mejorar en otros aspectos como el idioma y la tecnología, para desarrollarse como líder, no un jefe.
- Idioma y servicio al cliente.
- Más idiomas. (Inglés)
- Capacidad para la creación de empresa, no solo mentalidad de empleado.
- Actualización y prepararlo en idiomas.
- Capacidad de gestión turística y hotelera, de visionar y desarrollar empresas del sector. Deben tener mayor posibilidad nacional. Hablo Desdén mi experiencia en el medio hotelero en Bogotá donde en ninguna cadena conocen primero la universidad y menos la escuela.
- Idioma y resolución de problemas.
- Sin respuesta.
-

Anexo 16. Comentarios, observaciones o recomendaciones adicionales de empleadores.

ID	Comentarios, observaciones o recomendaciones
4	Poner en práctica todo aquello que aprende lo más pronto posible.
5	Se debe trabajar la parte actitudinal y el desarrollo de competencias frente a la gestión humana y ejecución de actividades generando la mayor rentabilidad.
6	Aunque es bueno puede con más liderazgo y experiencia empresarial posicionarse como los mejores.
7	Espero que la institución universitaria tenga una mayor participación en el eje departamental para apoyar, asesorar en el sector turismo. Capacitación.
12	Ninguno.
13	La escuela de A.T.H me parece muy buena, pero hay que mejorar en los aspectos que a mi modo de ver y según mi experiencia anoté anteriormente.
16	Se recomienda que el estudiante tenga sentido de pertenencia con el establecimiento, que haya un área en el pensum llamada ética profesional y finalmente que en la asignatura de cocina se obligue al estudiante dejar su área de cocina impecable después de trabajar y la puntualidad.
17	Que el estudiante debe tener claro la carrera que desea estudiar. Estudiar y tomar ATH, como última opción.
18	En la constancia al público sobre todo turistas del extranjero, faltan idiomas, sentido cosmopolita y don de gentes, buenos modales. Laura es una excepción lo único que le falta son idiomas.
20	Felicitaciones, considero que es una iniciativa importante en beneficio de la carrera.
32	Creería que se debe hacer un ajuste enmarcar en donde se privilegie: un segundo idioma, manejo de sistemas informáticos, estándares de calidad, innovación.
37	Se recomienda a que el cuerpo de docente y administrativos deben ser líderes, idóneos, coherentes, correctos y que sean investigadores y publiquen sus procesos formativos, de investigación y proyección social. Los contenidos de las asignaturas deben seguir de las tendencias para el aprovechamiento de los recursos para diseñar ámbitos estratégicos de desempeño laboral, es decir formar profesionales aguerridos y de mucha iniciativa.
40	Los profesionales tienen calidad humana, buenas proyecciones educativas.
41	El programa de ATH debe hacer seguimiento a los profesionales tanto en la academia como en las empresas para evaluar su desempeño en la industria y así mejorar en lo que se debe enseñar y practicar.
47	Definitivamente la escuela requiere mayor participación con las principales compañías del sector.

Anexo 17.

INDICADORES POR DEBAJO DEL PROMEDIO DE PERTINENCIA SOCIAL ESTABLECIDO				
INDICADOR	CALIFICACIÓN	VARIABLES ESTUDIO	PERFIL PROFESIONAL PROPUESTO	CONCLUSIÓN
Nivel de comunicación oral en un segundo idioma / comunicación escrita en un segundo idioma.	44,4% Se encuentra por debajo de la media establecida para el cumplimiento de la pertinencia social del programa de ATH.	<p>Plan de estudios, es preocupante observar que no se tiene en cuenta una asignatura de importancia que cubra este indicador.</p> <p>El 21,5% de los graduados manifiesta que la falta del manejo de un segundo idioma representa una dificultad al momento de buscar empleo e igualmente esta representa la segunda dificultad después de experiencia.</p> <p>Los expertos en su totalidad recalcan la importancia de conocer y manejar el idioma inglés como una segunda lengua, es una competencia vital en el desarrollo de esta profesión.</p> <p>El desempeño del graduado en el manejo de un segundo idioma por parte de los empleadores supera el 60% correspondiente a las percepciones de regular y malo, lo cual evidencia una falencia del graduado en ese aspecto.</p>	En el perfil profesional se encuentra presente en las competencias del saber tanto como en las competencias del hacer.	Es de vital importancia para los profesionales en ATH manejar una segunda lengua específicamente el inglés (saber hacer), pero además de esto poseer conocimientos básicos de una tercera lengua (saber conocer). Adicionalmente tanto los expertos como los empleadores y graduados, expresan que sin esta competencia el campo de acción y desarrollo de la profesión se reduce de manera significativa, convirtiendo esta competencia en una necesidad.

Destreza en el manejo de software especializado	55,5% Se encuentra por debajo de la media establecida para la pertinencia	<p>De acuerdo a las habilidades que plantean los expertos y empleadores que debe poseer un profesional en ATH, una de las características principales es la destreza del manejo de software especializados, tanto en agencias de viajes con los GDS como en los sistemas de operación hotelera. Los empleadores le otorgan las calificaciones más bajas en el desempeño de los graduados a lo correspondiente al manejo de software con más de un 40% entre regular y malo.</p> <p>En la pregunta abierta que se les realizó a los empleadores, ¿Cuál cree usted que es el principal aspecto a mejorar del graduado de A.T.H? , donde un gran porcentaje respondieron que era el manejo y destreza de software y no referenciándose únicamente a las agencias de viajes si no en general. Con respecto al plan de estudios el promedio en cuanto a la satisfacción del graduado con lo aprendido en materia de software es de 2,24 en una escala del 1 al 5, siendo ésta la calificación más bajas de todas, evidenciándose un total inconformismo y problemática.</p>	En el perfil profesional que se estableció de acuerdo a los criterios de los empleadores y los expertos se evidencia la necesidad del conocimiento y manejo en la destreza software especializado, tanto en el área de agencias de viajes (GDS) como los de operación hotelera.	De acuerdo con las tendencias del sector turístico y hotelero es de vital importancia manejar los software operativos hoteleros y también los GDS; o al menos conocerlos ya que se evidencia que la tecnología ha sido la principal herramienta para el desarrollo del sector. Siendo ésta una necesidad e inconformidad por parte de los graduados.
---	---	--	---	--

Grado de motivación para realizar estudios de posgrado en el área.	57,6% de los graduados han realizado estudios de posgrado. Este resultado se encuentra por debajo de la media establecido para la pertinencia social.	<p>El nivel de motivación para realizar estudios de posgrado en los graduados apenas sobrepasa el 50%, destacándose la especialización seguida del diplomado y la maestría y en el más bajo porcentaje otros estudios que hacen referencia a seminarios o cursos de una corta duración. Adicionalmente se evidencia la ausencia de Doctorados y Posdoctorados.</p> <p>Cabe resaltar que esta cifra está directamente afectada por la tendencia que existe en la población de graduados de ATH (2008-2016), que en un 44,5% optan por el estudio de posgrado como modalidad de grado.</p> <p>Los expertos resaltan la importancia de actualizarse ya sea por medio de estudios de posgrado de envergadura como las maestrías o cursos cortos muy prácticos, pero enfatizan igualmente en que estos deben estar acompañados de experiencia laboral.</p>	<p>En cuanto al perfil profesional propuesto se tiene como una competencia interpersonal la capacidad de aprender y estar a la vanguardia, actualizándose, lo cual influye en los graduados y la motivación que ellos tengan para realizar este tipo de estudios.</p> <p>Adicionalmente este tipo de estudios combinados con experiencia son lo que más está buscando las empresas ya que se fortalecen en su totalidad las</p>	<p>Los estudios de posgrado realizados por los graduados representan para los empleadores el nivel de actualización que tienen a cerca del sector, pero se resalta por parte de los expertos que este tipo de estudios deben ir a la par con la experiencia laboral para que permitan la aplicación de estos nuevos conocimientos e igualmente resaltan que en este momento el posgrado que adquiere mayor importancia es el enfocado en la planificación del turismo ya que es la principal problemática del sector.</p>
--	---	---	---	---

competencias en el hacer.

Nivel de actualidad de los contenidos del plan de estudios con respecto a su desempeño laboral	50% es el porcentaje de la mediana que alcanza este indicador por lo tanto no supera el mínimo para encontrarse pertinente	<p>Para el 62,9% de los graduados encuestados los contenidos del plan de estudios con respecto a su desempeño laboral, No y absolutamente No se encuentran actualizados.</p> <p>Los estudiantes expresan en sus ¿Por qué? los contenidos del plan de estudios no están actualizados los siguientes ítems en común:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Darle la importancia que merece el idioma Inglés ya que es indispensable en el ejercicio de la profesión. · Los contenidos temáticos no van a la par con la realidad encontrada en el sector. · Hace falta conocimiento y manejo de GDS y software hoteleros, estos son indispensables. · Más seriedad en las prácticas académicas. · Reforzar en finanzas (Área administrativa). · Enfocar las materias en aplicar lo aprendido. 	Es de vital importancia contar con un plan de estudios actualizado ya que a partir de este, el profesional podrá adquirir las competencias instrumentales (saber ser) que posteriormente se transformarán en las competencias sistémicas (saber hacer).	Al no contar con un plan de estudios actualizado, los profesionales no cuentan con las bases necesarias para completar su ciclo de competencias instrumentales (conocer), que son la base para construir las sistémicas (saber hacer) que son las fundamentales al momento de poder incursionar con éxito en el campo laboral, lo cual representa una desventaja para los graduados frente a otros profesionales, lo cual afecta directamente su desempeño y por consiguiente los indicadores de empleabilidad en el presente estudio.
--	--	---	---	--

- Se necesitan más prácticas académicas para ir forjando experiencia desde la academia.
- Reforzar en emprendimiento y crear materias electivas.

En este indicador también se ve directamente afectado por factores internos de la Escuela Administración Turística y Hotelera, como lo son la planta docente, las metodologías de aprendizaje utilizadas, los contenidos programáticos definidos para cada asignatura y las ayudas tecnológicas con las que cuenta el programa.

Grado de coherencia del plan de estudios y sus contenidos con relación a su	El indicador alcanza el 60% en su calificación total encontrándose por debajo del promedio	Los graduados en un 64.2% le dan una puntuación de tres y por debajo de tres, en una escala del 1 al 5 siendo 5 la mayor puntuación, en lo que respecta al grado de coherencia del plan de estudios con relación al desempeño laboral.	Esto repercute en el perfil con el que el graduado sale, ya que este no tiene concordancia con	Es indispensable que el plan de estudios tenga en cuenta lo que el medio realmente necesita que evidentemente se centra en la experiencia y en el saber
---	--	--	--	---

desempeño laboral	establecido para darlo como pertinente socialmente.	Se puede evidenciar que esta calificación se ve reflejada en el considerar que el plan de estudios no se encuentra actualizado, ya que en la academia se prepara de una manera pero al ingresar al campo de acción y al campo laboral, el sector funciona de una manera diferente.	lo que el medio está necesitando ni con la realidad que vaya a encontrar.	hacer, enfatizándose en los idiomas, los GDS y la planificación del turismo principalmente.
Tasa de desempleo	27,5% este indicador no se mide de acuerdo a la media de pertinencia social.	Del total de los encuestados que respondieron esta pregunta un total de 36 graduados se encuentran desempleados. Conforme al criterio de las investigadoras este indicador no pasa el nivel requerido de pertinencia social ya que de cada 10 egresados empleados hay 3 desempleados, lo cual significa una tasa bastante alta para el presente estudio. Este indicador también se ve afectado por el porcentaje de emprendimiento que se tiene, ya que este es de 6,1% del total de los encuestados, es decir, 8 de 152 graduados que respondieron la encuesta tienen su propio negocio. Por lo tanto al ser bajo el emprendimiento se disminuyen las posibilidades de contar con un empleo para los graduados de (2008-2015).	Es claro que si el plan de estudios no está actualizado ni es coherente con la realidad laboral, esto deriva en un perfil profesional que no le brinda las competencias correctas ni suficientes para que el graduado se inserte con éxito en el campo laboral.	La tasa de desempleo a criterio de las investigadoras se ve muy afectada por el plan de estudios desactualizado y que tampoco tiene coherencia con la realidad encontrada en el medio, por lo tanto, las competencias que adquieren los graduados pueden que no sean las adecuadas o no las adquieren en su totalidad, pero además de esto es evidente que se debe fortalecer el tema del emprenderismo ya que si el graduado no logra insertarse con éxito en el

medio laboral por variables externas a nivel macro, este debe contar con los conocimientos suficientes para poder crear empresa.

Nivel de emprendimiento	6,1% es el porcentaje referente al nivel de emprendimiento el cual tiene otro significado y por lo tanto no se puede medir a partir de la media de pertinencia social establecida.	<p>Este indicador hace referencia a que tan solo 8 de los 152 graduados encuestados tienen su propia empresa, que a su vez representan el 6,1%.</p> <p>Otros factores que influyen en que el graduado tenga una competencia en emprendimiento, está directamente relacionado con el plan de estudios y las competencias instrumentales que adquiriera en su educación profesional.</p>	En el perfil profesional se debe fomentar tanto en las competencias instrumentales como en las sistémicas, pero indiscutiblemente este indicador está relacionado con las competencias interpersonales e inherentes a cada persona.	De acuerdo con la tendencia de crecimiento del sector turístico se evidencia la necesidad de que profesionales se capaciten y no se conviertan simplemente en empleados si no de que creen su propia empresa, fortaleciendo la industria por medio de proyectos de creación de nuevos productos tengan una visión más amplia generando nuevas alternativas con grandes oportunidades de crecimiento.
-------------------------	--	--	---	--

Salario	40% es la mediana para este indicador, que no alcanza la media de pertinencia social propuesta para el presente estudio.	El 67,7% de los graduados encuestados tienen unos ingresos que se encuentran ubicados entre 1 a 3 SMLMV, teniendo en cuenta que para el presente estudio se toma el dato que corresponde al año 2016 con \$689.454 COP. También este indicador se ve afectado por la presencia mayoritaria de graduados del año 2016 en la muestra encuestada con 50,65%, lo cual indica que estos graduados se acaban de vincular al sector laboral y por lo tanto sus ingresos salariales son bajos.	Es muy importante poseer las competencias adecuadas para ser realmente competitivos en el laboralmente lo cual también se puede llegar a reflejar en los salarios.	Se evidencia que el rango de ingresos de los graduados se ubica en un rango bajo, que se ve afectado por condiciones del estudio como la composición de la muestra y así mismo por factores externos como la composición de las empresas e indiscutiblemente el perfil de los grados (2008-2016) de la Escuela ATH.
---------	--	--	--	---
